

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

Институт философии
Кафедра социологии и социальных технологий

УТВЕРЖДАЮ:
Директор Института философии
Скляр П.П.
(подпись)
«24» 2023 года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«СОЦИОЛОГИЯ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ»

По направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации
Профиль «Общий»

Луганск 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Социология медиакоммуникаций» по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации – 24 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Социология медиакоммуникаций» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 года № 527 (Редакция с изменениями N 1456 от 26.11.2020).

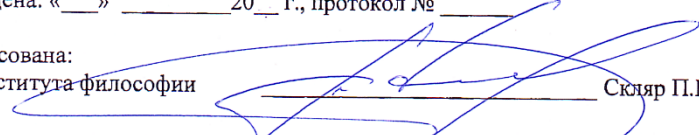
СОСТАВИТЕЛЬ:

кандидат социологических наук, доцент Садовская А.О.

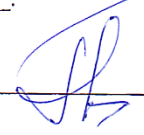
Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры социологии и социальных технологий «18» 04 2013 г., протокол № 17

Заведующий кафедрой  Яковенко А.В.

Переутверждена: « » 20 г., протокол №

Согласована:
Директор института философии  Скляр П.П.

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института философии «20» 04 2013 г., протокол № 7

Председатель учебно-методической
комиссии института философии  Пидченко С.А.

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины – овладение знаниями о роли социологии медиакоммуникаций в современном обществе, влиянии средств массовой коммуникации на различные социальные институты и социум в целом, о значимости квалифицированного и профессионального изучения новых форм коммуницирования для анализа социальных процессов.

Задачи:

сформировать понимание высокого уровня значимости коммуникации в становлении общества и его отдельных социальных институтов;

ознакомить студентов с историей и эволюцией медиакоммуникаций;

дать представления об особенностях влияния различных средств массовой коммуникации на отдельные социально-демографические группы;

представить основные концептуальные подходы современного социологического знания к перспективам развития социологии медиакоммуникаций;

осуществить формирование навыков по изучению роли различных средств коммуникаций в социуме;

обучить анализу социальных последствий развития передовых технологий осуществления медиакоммуникаций и их воздействия на трансформацию общественных отношений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Социология медиакоммуникаций» входит в модуль профессиональных дисциплин обязательной части учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются: знание базовых теоретических понятий гуманитарных и обществоведческих дисциплин философского и культурологического направления, основных этапов истории общества и мировой культуры, умение проводить исторический и сравнительный анализ стадий и форм развития человеческого общества, навыки ценностной, культурной, логической интерпретации фактов общественной жизни и информации историко-культурологического характера.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «История России», «Философия», «Социология» и служит основой для освоения дисциплин «Реклама в медиасфере» и «Производство контента электронных медиа».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Умеет соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектов и (или) медиапродуктов. ОПК-4.2. Осуществляет методы исследования и выявления потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности.	Знать: - теоретические основания социологических знаний, позволяющие изучать потребности различных социальных групп; - социологические методы исследования потребностей целевых аудиторий.
		Уметь: - соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; - учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапродуктов.
		Владеть навыками: - исследования и выявления потребностей общества и целевых аудиторий в профессиональной деятельности; - социологических исследований в сфере медиакommunikаций.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	108 (3,0зач. ед)	-	108 (3,0зач. ед)
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	64	-	16
в том числе:			
Лекции	32	-	8
Семинарские занятия		-	-
Практические занятия	32	-	8
Лабораторные работы	-	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса	-	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	44	-	92
Форма аттестации	зачет	-	зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Коммуникации в системе социологического знания

Объект и предмет социологии коммуникаций. «Коммуникации», «массовые коммуникации», «массовая информация» – соотнесение понятий. Исторические, социальные и экономические предпосылки возникновения феномена «коммуникаций». Парадигма коммуникации Г.Лассуэлла. Исследование коммуникаций представителями понимающей социологии (П.Бергер, Т.Лукман, А.Шюц). Социально-философская традиция анализа коммуникаций (Ю.Хабермас). Коммуникация как самоорганизующаяся среда (Н.Луман). Современные трактовки понятия «коммуникации».

Тема 2. Медиакоммуникации как особый социальный феномен

Медиакоммуникации как социальная и научная категория. История возникновения понятия «медиакоммуникации». Социальные предпосылки закрепления термина «медиакоммуникации» в информационном пространстве. Медиакоммуникации и теория постиндустриального общества. Теория массового общества и медиакоммуникации. Медиакоммуникации в фокусе внимания современной российской социологии.

Тема 3. Язык как содержательная основа коммуникации

Социальная природа языка. Социолингвистические подходы к анализу специфики языкового общения в человеческом обществе. Биологическая нерелевантность языкового общения людей. Многоуровневое строение человеческой речи. Язык как универсальный коммуникатор в человеческой среде. Ключевые функции языка с позиций социологической науки.

Тема 4. Язык как квинтэссенция общественных отношений

Особенности «неречевых языков» в системе коммуникаций. «Общепланетарный язык» как миф и как социальный проект. Языки научных сообществ. Язык как один из видов «социальной практики». Языковое пространство и медиакоммуникации в постсоветских государствах: общее и особенное. Языковая специфика донбасского региона и ее учет в системе медиакоммуникаций.

Тема 5. Периодическая печать как способ осуществления коммуникации

Социально-экономические предпосылки возникновения газеты как способа коммуницирования. Особенности периодических изданий в период «индустриальной» и «постиндустриальной» волн по оценкам Э.Тоффлера. Способы и характер подачи информации для массовой аудитории через газету. Социологический анализ периодической печати: эволюция оценок. Перспективы развития печатных средств массовой коммуникации. Полемика о роли периодической печати в период развития современных видов медиакоммуникации.

Тема 6. Радиовещание как разновидность медиакommunikации

Появление радиовещания как этап развития системы массовой коммуникации. «Массовое общество» и радиовещание. Международное, общенациональное, региональное и местное радиовещание – специфика влияния на массовое сознание. Система радиовещания и социально-демографические характеристики аудитории. Радиовещание как перспективный способ медиакommunikации. Радиовещание в условиях доминирования социальных сетей: социологический анализ.

Тема 7. Телевидение как одно из средств воздействия на массовую аудиторию

Телевидение как воспроизводство «второй социальной реальности». Специфика аудио визуального воздействия на массовое сознание. Влияние телевидения и концепция «инъекционной иглы» (трактовки представителей Франкфуртской школы). Телевещание и теория «минимального влияния» (традиция функционализма). Социальные коды «распознавания» информации, передаваемой посредством телевидения. Телевидение и модели массового поведения. Телевидение в системе личностного распорядка дня. Телевизионная среда и социум. Разновекторность и многоканальность воздействия телевидения на общество – социальный и политический аспекты. Особенности международного, государственного, регионального и местного телевидения.

Тема 8. Телевидение и медиасоперничество

Основные приемы подачи информации посредством телевидения. Интерактивное телевидение как форма влияния на массовое сознание. Позитивная роль телевидения в обществе. Манипуляционный ресурс телевидения. Глобальные телекорпорации. Телевидение будущего. Телевидение и кинематограф как способы осуществления медиавойн. Социальные сети и телевидение в условиях медиасоперничества. Оптимистические и пессимистические оценки перспектив телевидения как способа осуществления медиакommunikаций.

Тема 9. Интернет как система разновекторных коммуникаций

Предпосылки появления Интернета – социальный и технологический уровни. Информационные ресурсы «Всемирной паутины». Проблемы монополизации и демополизации информации в Интернете. Интернет-форумы как специфическая форма массовой дискуссии. Представленность различных категорий СМИ в Интернете. Медиапотенциал Интернета.

Тема 10. Социальные сети как особый вид медиакommunikаций

Социальные сети как медиакommunikационная среда. Микро- и макросообщества в социальных сетях. Социальные сети как поле полемики в социологии. Социальные сети и девиации. Динамика развития социальных сетей. Социальные сети и пределы информационных возможностей общества. Особенности развития социальных сетей как особого вида медиакommunikаций на современном этапе развития социума. Перспективы развития социальных сетей как вида медиакommunikаций.

Тема 11. Прикладные исследования в сфере социологии медиакommunikаций

Специфика исследований аудитории средств массовой коммуникации. Особенности программы социологического исследования в области медиакommunikаций. Методы сбора социологической информации и социология медиакommunikаций. Количественный и качественный анализ информации в социологии медиакommunikаций. Контент-анализ как метод социологического исследования информации. Новые технологии и прикладные социологические исследования в сфере медиакommunikаций.

Тема 12. Социологические мониторинги в области медиакommunikаций

Социологические мониторинги средств массовой информации: зарубежный и отечественный опыт. Рейтинги газет, радиостанций, телеканалов, социальных сетей. Рейтинги радио- и телепередач. Передовые способы мониторинга информации. Использование Big data («Большие данные») в определении медиарейтингов. Рейтинги медиаактивности политиков. Рейтинги медиаактивности организаций и персоналий. Социологические мониторинги в области медиакommunikаций как проблемное поле.

Тема 13. Социологическая информация в медиакommunikационной среде.

Данные социологических исследований как специфический способ медиаинформации. Социологическая информация в телеэфире. Социологические опросы в социальных сетях: критический анализ практик. Exitpoll в социологии, в средствах массовой коммуникации и в политике. Экспертное обсуждение в медиaprостранстве данных социологических исследований. Социологическая информация как оружие в политических и медиавойнах. Манипуляция социологической информацией в медиасреде. «Подделки под социологию» в медиакommunikациях. Социологическая информация и нейросети: медиаэффекты.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Тема 1. Коммуникации в системе социологического знания	2		
2	Тема 2. Медиакommunikации как особый социальный феномен	2		2
3	Тема 3. Язык как содержательная основа коммуникации	2		
4	Тема 4. Язык как квинтэссенция общественных отношений	2		

5	Тема 5. Периодическая печать как способ осуществления коммуникации	2		
6	Тема 6. Радиовещание как разновидность медиакommunikации	2		
7	Тема 7. Телевидение как одно из средств воздействия на массовую аудиторию	2		2
8	Тема 8. Телевидение и медиасоперничество	2		
9	Тема 9. Интернет как система разноректорных коммуникаций	4		
10	Тема 10. Социальные сети как особый вид медиакommunikаций	4		2
11	Тема 11. Прикладные исследования в сфере социологии медиакommunikаций	4		2
12	Тема 12. Социологические мониторинги в области медиакommunikаций	2		
13	Тема 13. Социологическая информация в медиакommunikационной среде.	2		
Итого:		32		8

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Тема 1. Коммуникации в системе социологического знания	2		
2	Тема 2. Медиакommunikации как особый социальный феномен	2		2
3	Тема 3. Язык как содержательная основа коммуникации	2		
4	Тема 4. Язык как квинтэссенция общественных отношений	2		
5	Тема 5. Периодическая печать как способ осуществления коммуникации	2		
6	Тема 6. Радиовещание как разновидность медиакommunikации	2		
7	Тема 7. Телевидение как одно из средств воздействия на массовую аудиторию	2		2

8	Тема 8. Телевидение и медиасоперничество	2		
9	Тема 9. Интернет как система разноректорных коммуникаций	4		
10	Тема 10. Социальные сети как особый вид медиаконмуникаций	4		2
11	Тема 11. Прикладные исследования в сфере социологии медиаконмуникаций	4		2
12	Тема 12. Социологические мониторинги в области медиаконмуникаций	2		
13	Тема 13. Социологическая информация в медиаконмуникационной среде.	2		
Итого:		32		8

4.5. Лабораторные работы

Не предусмотрены учебным планом

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов		
			Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Тема 1. Коммуникации в системе социологического знания	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	2		6
2	Тема 2. Медиаконмуникации как особый социальный феномен	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		8
3	Тема 3. Язык как содержательная основа коммуникации	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	2		6
4	Тема 4. Язык как квинтэссенция общественных отношений	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и	2		6

		промежуточному контролю			
5	Тема 5. Периодическая печать как способ осуществления коммуникации	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	2		6
6	Тема 6. Радиовещание как разновидность медиакommunikации	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		6
7	Тема 7. Телевидение как одно из средств воздействия на массовую аудиторию	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		8
8	Тема 8. Телевидение и медиасоперничество	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		8
9	Тема 9. Интернет как система разноректорных коммуникаций	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		8
10	Тема 10. Социальные сети как особый вид медиакommunikаций	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		8
11	Тема 11. Прикладные исследования в сфере социологии медиакommunikаций	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		8
12	Тема 12. Социологические мониторинги в области медиакommunikаций	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		6

13	Тема 13. Социологическая информация в медиакommunikационной среде.	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		8
Итого:			44		92

4.7.Курсовые работы

Не предусмотрены учебным планом подготовки бакалавров

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: объяснительно-иллюстративного обучения (технология поддерживающего обучения, технология проведения учебной дискуссии), информационных технологий (презентационные материалы), развивающих и инновационных образовательных технологий.

Практические занятия проводятся с использованием развивающих, проблемных, проектных, информационных (использование электронных образовательных ресурсов (электронный конспект) образовательных технологий.

6. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература :

1. Аверин А.Н., Социальная коммуникация: учебное пособие / Аверин А.Н. - М. : Проспект, 2016. - 128 с. - ISBN 978-5-392-20839-5 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392208395.html>

2. Воеводина, Е. В. Социология массовых коммуникаций : Практикум для обучающихся по направлению подготовки 42. 03. 01 "Реклама и связи с общественностью" / Е. В. Воеводина - Москва : Прометей, 2020. - 82 с. - ISBN 978-5-907244-28-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785907244283.html>

3. Кириллова, Н. Б. Медиасреда российской модернизации / Кириллова Н. Б. - Москва : Академический Проект, 2020. - 400 с. ("Технологии культуры") - ISBN 978-5-8291-2681-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829126810.html>

4. Медиаполитика и общественное мнение в медиапространстве [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин, И. Шубрт; под ред. Ф. И. Шаркова. - Москва : Дашков и К, 2023. Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394047718.html>

5. Паршукова Г.Б., Основы теорий коммуникаций. Теории и модели коммуникаций : учеб. пособие / Паршукова Г.Б. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2017. - 71 с. - ISBN 978-5-7782-3287-7 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778232877.html>

6. Таратухина, Ю. В. Межкультурная коммуникация в информационном обществе : учебное пособие / Ю. В. Таратухина, Л. А. Цыганова, Д. Э. Ткаленко. - 2-е изд. - Москва : Высшая школа экономики, 2020. - 258 с. Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785759814245.html> (дата обращения: 08.07.2024). - Режим доступа : по подписке.

7. Чумиков, А. Н. Управление коммуникациями : учебник / А. Н. Чумиков. М. П. Бочаров. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 544 с. - ISBN 978-5-394-05290-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394052903.html>

б) дополнительная литература:

1. Бенин В.Л., Социокультурная коммуникация в контексте образовательного диалога : учеб. пособие / В.Л. Бенин, А.В. Кирьякова, Т.А. Ольховая, О.В. Фролов - М. : ФЛИНТА, 2017. - 312 с. - ISBN 978-5-9765-2763-8 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976527638.html>

2. Добренков В.И., Глобализация: сущность, проявления и социальные последствия / Добренков В.И. - М.: Академический Проект, 2018. - 636 с. (Серия "Глобальный мир и современная Россия") - ISBN 978-5-8291-2287-4 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829122874.html>

3. Добренков В.И., Методология и методика социологического исследования : Учебник / Добренков В.И., Кравченко А.Н. - М.: Академический Проект, 2020. - 537 с. (Gaudeamus) - ISBN 978-5-8291-3119-7 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829131197.html>

4. Игнатьев В.И., Социология информационного общества : учебное пособие / Игнатьев В.И. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2017. - 356 с. (Серия "Учебники НГТУ") - ISBN 978-5-7782-3239-6 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778232396.html>

5. Кирия И.В., История и теория медиа : учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова - М. : ИД Высшей школы экономики, 2018. - 426 с. - ISBN 978-5-7598-1488-7 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785759814887.html>

6. Политическое в условиях цифровых трансформаций [Электронный ресурс] : Материалы Всероссийской научной конференции (с международным участием) "Политическое в условиях цифровых трансформаций: философия, наука, технологии", 24-25 сентября 2021 г., СПбГУ, Санкт-Петербург / Под

ред. Л. В. Сморгунова, А. В. Курочкина, О. А. Игнатъевой. - Москва : Аспект Пресс, 2022. Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756712131.html>

7. Осадчая Г.И., Социальное знание и социальная практика / Осадчая Г.И. - М.: Академический Проект, 2020. - 160 с. («Gaudeamus» - ISBN 978-5-8291-2805-0 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829128050.html>

8. Управление коммуникациями – 2022 (Communications Management – Com-M-2022) [Электронный ресурс] : материалы II Международной научно-практической конференции / под ред. А. Н. Чумикова, Э. Э. Шульца. - Москва : Блок-Принт, 2023. Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785604977934.html>

в) Интернет-ресурсы:

1. Официальный сайт журнала «Социологические исследования». – Режим доступа: <http://www.isras.ru>
2. ВЦИОМ (официальный сайт) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru>
3. Институт социологии РАН (официальный сайт) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.isras.ru>
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
5. Министерство образования и науки Российской Федерации –
6. <http://минобрнауки.рф>
7. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки – <http://obrnadzor.gov.ru>
8. Министерство образования и науки Луганской Народной Республики – <https://minobrsu>
9. Народный совет Луганской Народной Республики – <https://nslnrsu>
10. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – <http://fgosvoru>
11. Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru>
12. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru>
13. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://fcior.edu.ru>

Электронные библиотечные системы и ресурсы

14. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <http://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4>
15. Электронно-библиотечная система «StudMed.ru» – <https://www.studmedru>

Информационный ресурс библиотеки образовательной организации

16. Научная библиотека имени А. Н. Коняева – <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Общая социологическая теория» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Социология медиакommunikаций»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Пороговый	Знать: - теоретические основания социологических знаний, позволяющие изучать потребности различных социальных групп; - социологические методы исследования потребностей целевых аудиторий.
Основной		Базовый	Уметь: - соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; - учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапродуктов.
Заключительный		Высокий	Владеть навыками: - исследования и выявления потребностей общества и целевых аудиторий в профессиональной деятельности; - социологических исследований в сфере медиакommunikаций.

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины.

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр)
1	ОПК-4.	Способен отвечать на запросы и	ОПК-4.1. Умеет соотносить социологические	Темы 5-10	6

		потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектов и (или) медиапродуктов.		
			ОПК-4.2. Осуществляет методы исследования и выявления потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности.	Темы 1-4; Темы 11-13	6

№ п/ п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемы е темы учебной дисциплины	Наименовани е оценочного средства
1.	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Умеет соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапродуктов.	Знать: - теоретические основания социологических знаний, позволяющие изучать потребности различных социальных групп; Уметь: - соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; Владеть навыками: - исследования и выявления потребностей общества и целевых аудиторий в профессиональной деятельности;	<i>Темы 5-10</i>	Вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений), тесты, контрольные работы, творческие задания
		ОПК-4.2. Осуществляет методы исследования и выявления потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности.	Знать: - социологические методы исследования потребностей целевых аудиторий. Уметь: - учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапродуктов. Владеть навыками: - социологических исследований в сфере медиакоммуникаций.	<i>Темы 1-4; Темы 11-13</i>	Вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений), тесты, контрольные работы, творческие задания

**Фонды оценочных средств по дисциплине
«Социология медиакоммуникаций»**

Вопросы к контрольным работам

1. Объект и предмет социологии медиакommunikаций.
2. Социально-экономические предпосылки возникновения феномена «коммуникаций».
3. Парадигмы коммуникации.
4. Коммуникации в «аграрном», «индустриальном» и «постиндустриальном» обществах.
5. Оценка феномена коммуникации в традициях различных социологических школ.
6. Социология медиакommunikаций и другие отрасли знания.
7. Язык как основа медиакommunikации.
8. Язык квинтэссенция социальных отношений.
9. Основные функции языка в обществе.
10. Язык и способы передачи информации.
11. Роль языка в системе массовой коммуникации.
12. Современное языковое пространство и коммуникации.
13. Перспективы развития языка в условиях Интернет-коммуницирования.
14. Условия и особенности появления периодической печати как средства коммуникации.
15. Газеты и журналы в «индустриальную» и «постиндустриальную» эпохи.
16. Периодическая печать в современном социуме: оценка социолога.
17. Радиовещание как специфический вид медиакommunikации.
18. Особенности системы радиовещания в постсоветских государствах: история становления, состояние и перспективы.
19. Телевидение как социальный феномен.
20. Роль телевидения в определении моделей массового поведения.
21. Специфика подачи телевизионной информации.
22. Телевидение как одно из ключевых средств ведения «информационных войн».
23. Положительная и отрицательная роль телевидения в обществе.
24. Особенности запоминания телеинформации.
25. Телевидение в условиях глобализации – перспективы развития.
26. Гендерные, возрастные, культурные особенности индивидов и телевидение.
27. Особенности возникновения Интернета.
28. Информационные и коммуникационные ресурсы Интернета.
29. Социальные сети как способ осуществления медиакommunikации.
30. СМИ в Интернете.
31. Роль интернет-коммуникации в ретрансляции образцов девиантного поведения.

32.Перспективы развития Интернета как платформы для массовой коммуникации.

33.Сравнительный анализ основных методов сбора социальной информации при исследовании медиакоммуникации.

34.Контент-анализ как метод социологического исследования информации.

35.Развитие новых методов сбора эмпирической информации в социологии медиакоммуникаций.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству контрольная работа

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Контрольная работа выполнена на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Контрольная работа выполнена на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Контрольная работа выполнена на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Контрольная работа выполнена на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

Творческие задания

1. Какова специфика применения различных методов опроса при изучении отношения респондентов к средствам массовой коммуникации?

2. Назовите основные этапы осуществления контент-анализа прессы?

3. В чем особенности мониторинга прессы, теле- и радиовещания, интернет-ресурсов?

4. Сопоставьте особенности традиционного коммуницирования и коммуницирования посредством социальных сетей.

5. Какие наиболее перспективные направления в области социологии медиакоммуникаций Вы могли бы обозначить?

6. Как может использоваться информация о результатах социологических опросов в СМК?

7. Охарактеризуйте достоинства и недостатки интерактивных опросов.

8. Опишите основные приемы представленности результатов социологических исследований в СМК.

9. Как Вы оцениваете перспективы создания универсального языка коммуницирования в рамках глобального социума?

10. Определите возможности использования Bigdata в социологии медиакоммуникаций.

11. Охарактеризуйте гендерные аспекты в социологии коммуникаций.

12. Каким образом взаимосвязаны социология коммуникаций и нейролингвистическое программирование (НЛП)?

13. Дайте оценку мобильной связи как способа осуществления коммуникаций.

14. Проанализируйте значение слухов в системе медиакommunikаций.

15. Представьте социологический анализ глобальных медиа корпораций.

16. Сравните деятельность социолога в рамках задач социологии медиакommunikаций и представителей журналистского сообщества.

17. Каким образом учитывать поколенческий фактор в деятельности средств коммуникации?

18. Опишите роль СМК в современных политических процессах.

19. Каким образом взаимосвязаны средства массовой коммуникации и образовательная среда?

20. Оцените перспективы влияния продуктов био- и нейро-технологических революций на медиакommunikативную среду.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству творческое задание

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Творческое задание выполнено на высоком уровне
4	Творческое задание выполнено на среднем уровне
3	Творческое задание выполнено на низком
2	Творческое задание выполнено на неудовлетворительном уровне или не выполнено

Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)

1. Социальные предпосылки возникновения коммуникации.
2. Социальные коммуникации в «аграрном», «индустриальном» и «постиндустриальном» типах обществ.
3. «Массовая коммуникация», «массовая информация», «медиакommunikация» – соотнесение понятий.
4. Медиакommunikация и теория информационного общества.
5. Основные функции системы коммуникации.
6. «Массовая культура» и массовые коммуникации.
7. Оценка массовой коммуникации в традициях различных социологических школ.
8. Значение коммуникации для интеграции социума.
9. Роль ценностей в социальной коммуникации.
10. Роль медиакommunikации в деятельности различных социальных институтов.
11. Язык как универсальный коммуникатор в человеческой среде.
12. «Общепланетарный язык» как миф и как социальный проект.
13. Периодическая печать как способ осуществления массовой коммуникации.

14. Способы и характер подачи информации для массовой аудитории через газету.
15. Освещение данных социологических опросов посредством радиовещания.
16. Международное, общенациональное, региональное и местное радиовещание – специфика влияния на общественное мнение.
17. Система радиовещания и социально-демографические характеристики аудитории.
18. Социальные коды «распознавания» информации, передаваемой посредством телевидения.
19. Телевидение и модели массового поведения.
20. Манипуляционный ресурс телевидения.
21. Социологическая информация в телеэфире: основные способы подачи.
22. Телевидение как одно из средств ведения «информационных войн».
23. Положительные и отрицательные стороны воздействия телевидения на общественное мнение.
24. Социологический анализ гендерных, возрастных и культурных особенностей телеаудитории.
25. Интернет как система медиакommunikации.
26. Интернет и пределы информационно-коммуникационных возможностей общества.
27. Представленность различных категорий средств массовой коммуникации в Интернете.
28. Проблемы монополизации и демополизации информации в Интернете.
29. Медиакommunikация и девиантное поведение.
30. Исследование аудитории медиакommunikаций.
31. Исследование объема и характера запоминания информации.
32. Методы сбора социологической информации и социология медиакommunikаций.
33. Контент-анализ как метод социологического исследования информации.
34. Особенности проведения контент-анализа в зависимости от специфики средств массовой информации.
35. Использование фокус-групп при исследовании различных аспектов медиакommunikации.
36. Интерактивные опросы в системе медиакommunikаций.
37. Гендерные аспекты в социологии медиакommunikаций.
38. Медиакommunikации и мобильная связь.
39. Социальные сети как способ коммуницирования.
40. Средства массовой коммуникации как источник создания стандартов социального поведения.

41. Средства массовой коммуникации и проблемы общественного контроля над их функционированием.
42. Политический ресурс медиакоммуникаций.
43. Exitpoll в социологии, в средствах массовой коммуникации и в политике.
44. Социологический инструментарий изучения эффективности осуществления медиакоммуникаций.
45. Исследования уровня доверия средств массовой коммуникации.
46. Социологические мониторинги деятельности средств массовой информации.
47. Рейтинги средств массовой коммуникации.
48. Средства массовой коммуникации о результатах социологических исследований – аналитический и пропагандистский эффекты.
49. Общие правила освещения результатов социологических исследований в средствах массовой коммуникации.
50. Социологическая оценка перспектив развития медиакоммуникаций.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству промежуточная аттестация (экзамен)

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объёме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобренны изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)