Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра социологии и управления персоналом

ОДОБРЕНО:
Руководитель ОП
_____ М. Ю. Тимофеев
(подпись)
«_8_» июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины
Социология массовых коммуникаций

Уровень высшего образования:	бакалавриат
Квалификация выпускника:	бакалавр
Направление подготовки:	46.03.01 История
Направленность (профиль) образовательной программы:	Культурно-историческое проектирование
Тип образовательной программы:	программа прикладного бакалавриата

Иваново

1. Цели освоения дисциплины

Базовая цель освоения дисциплины состоит в формировании у обучающихся знаний о сущности и характере СМК и коммуникативных процессов в информационном обществе, механизмах коммуникации и современных средствах коммуникации. **Производные цели**: формирование представлений об эмпирических исследованиях массовой коммуникации и результатах работ, проведенных российскими и западными специалистами, изучающими элементы и эффекты массовой коммуникации; развитие умения анализировать тенденции развития СМК, взаимодействие СМК с властью и аудиторией в западных странах и российском обществе, методов и результатов социологических исследований массовой коммуникации; формирование культуры социологического мышления, способности к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» входит в вариативную часть (дисциплины по выбору) образовательной программы. Она связана с дисциплинами базовой части «Философия», а также вариативной – «Теория и философия культуры», «История мировой культуры», «Теоретические основы социокультурного проектирования», «Культурные ресурсы, брендинг и стратегия развития региона», «Культурная политика и менеджмент в сфере культуры», «Методы изучения культуры», «Информационная среда современной культуры». Она связана с производственными практиками – научно-исследовательской работой, практикой по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, в методологическим плане с подготовкой и защитой выпускной квалификационной работы.

Для успешного освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» студент должен обладать следующими входными знаниями, умениями и навыками: **знать**: основы известных общетеоретических выводов и методологических подходов социологии; **уметь**: работать с компьютером и проводить поиск информации в глобальных информационных сетях; работать в группе, критически анализировать получаемую информацию, выделять в ней наиболее существенное; аргументировано и лаконично отвечать на вопросы преподавателя, обосновывать свой взгляд на проблему; **владеть***:* основными методами научного познания.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

б) общепрофессиональные (ОПК):

ОПК-3: способность использовать в познавательной и профессиональной деятельности элементы естественнонаучного и математического знания;

в) профессиональные (ПК):

ПК-13: способность к работе с базами данных и информационными системами; **ПК-15:** способность к работе с информацией для обеспечения деятельности аналитических центров, общественных и государственных организаций, СМИ.

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с формируемыми компетенциями

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать: особенности функционирования массовой коммуникации в обществе (ПК-14); влияния СМК на индивида, социум, общественное мнение (ПК-13); основные социологические методы, с помощью которых можно получить представление о качественных и количественных характеристиках основных звеньев коммуникативной цепи (ОПК-3, ПК-14);

уметь: выявлять, описывать и объяснять особенности деятельности средств массовой коммуникации (ПК-14); понимать процесс социологических исследований в массовой коммуникации (ОПК-3, ПК-13);

владеть: способностью работать в группе для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ПК-13, ПК-14), опытом составления отчетов по результатам проведенной работы (ОПК-3).

4. Объем и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц (218 академических часа).

4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа

Объем иной контактной работы и самостоятельной работы обучающегося по дисциплине указан в учебном плане образовательной программы.

№ п/п	Раздел (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объём (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения) Формы промежуточной аттестации
			Занятия лекцион-ного типа	Занятия семинар-ского типа	
1.	**Социология массовой коммуникации: функциональный подход.** Ведение в социологию массовой коммуникации	VII	2	4	опорный конспект
2.	Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход	VII	2	4	кейс-задания
3.	Основные концепции массовой коммуникации	VII	4	6	кейс-задания
4.	**Социология массовой коммуникации в системе социологического знания.** Массовая аудитория как объект массово-коммуникативного воздействия	VII	2	4	контент-анализ региональной прессы
5.	Социологический анализ массовой коммуникации: роль субъектов	VII	4	6	защита рефератов с мультимедийной презентацией
Итого за семестр:			**14**	**24**	**зачет**
6.	Массовая коммуникация как социальный институт	VIII	2	6	оперативное социологическое исследование «Региональная информационная повестка дня»
7.	СМИ как «четвертая власть»	VIII	4	6	защита рефератов с мультимедийной презентацией
8.	**Анализ и обобщение массовой информации.** Структура социологического исследования	VIII	2	6	презентация результатов социологического исследования
9.	Социологическое исследование: комплекс аналитических и практических мероприятий	VIII	4	6	презентация результатов социологического исследования
Итого за семестр:			**12**	**24**	**экзамен**
Итого по дисциплине:			**26**	**48**	

4.2. Развернутое описание содержания дисциплины по разделам (темам)

Раздел 1. Социология массовой коммуникации: функциональный подход

Тема 1. Ведение в социологию массовой коммуникации. Предмет и объект социологии массовой коммуникации. Интегрированный характер социологии массовой коммуникации. Структура социологии массовой коммуникации. Социологические методы изучения массовой коммуникации. Сфера практического применения социологии коммуникаций: социальный менеджмент, кадровый консалтинг, связи с общественностью.

Тема 2. Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход. Технологические и социальные революции как фактор изменений в средствах и функциях массовой коммуникации. Этапы развития коммуникации в первобытном, аграрном, индустриальном и современном обществах. Концепция современного информационного общества.

Тема 3. Основные концепции массовой коммуникации. Исследовательская деятельность американского ученого В. Липпмана и «теория волшебной пули» Г. Лассуэлла. Понятие «индустрии культуры» немецких ученых Т. Адорно и М. Хоркхаймера. Теория «минимального эффекта» П. Лазарсфельда. Концепция всеобщей социальной ответственности У. Шрама. Структуралистский подход Т. Иглтона. «Теория культивирования» Дж. Гербнера. «Спираль молчания» Э. Нойль-Ноймана. Развитие социологии массовой коммуникации в отечественных исследованиях.

Раздел 2. Социология массовой коммуникации в системе социологического знания

Тема 4. Массовая аудитория как объект массово-коммуникативного воздействия. Массы и особенности массового общества: теоретическое наследие Г. Лебона, Г. Тарда, Г. Блумера, Д. Рисмена. Социология поведения массовой аудитории. Характеристики массовой аудитории как приемника информации. Формы и методы массово-коммуникативного воздействия на аудиторию.

Тема 5. Социологический анализ массовой коммуникации: роль субъектов. Массовая коммуникация как реализация интересов разных социальных субъектов. Субъекты массово-коммуникативной деятельности современной России. Социальный статус, роль, престиж как неотъемлемые элементы социальной коммуникации.

Тема 6. Массовая коммуникация как социальный институт. Социальные институты общества. Признаки социальных институтов. Специфические черты СМИ как социального института. Нормативно-правовое регулирование массовой коммуникации. Этические нормы и кодексы журналистов. Массовое сознание как объект деятельности массовой коммуникации. Общественное мнение как состояние массового сознания.

Тема 7. СМИ как «четвертая власть». Формы сосуществования государства и средств массовой коммуникации. Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства. Правительственные, оппозиционные и независимые СМИ. Способы контроля над властью. Место прессы в способах контроля. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности. Понятие информационной безопасности.

Раздел 3. Анализ и обобщение массовой информации

Тема 8. Структура социологического исследования. Этапы организации исследовательской работы. Функции социологических исследований массовой коммуникации. Направления и методы эмпирических исследований массовой коммуникации: социометрия, объектом исследования которой является массовая аудитория, и медиаметрия, объектом анализа

которой являются средства массовой коммуникации. Качественные и количественные методы анализа.

Тема 9. Социологическое исследование: комплекс аналитических и практических мероприятий. Программа социологического исследования. Алгоритм исследовательской работы и техника сбора информации при анализе общественного мнения. Анализ и обобщение массовой информации – группировка и эмпирическая типологизация.

Опрос как основная техническая процедура сбора массовой информации. Специфика анкетного опроса. Фокус-группа как разновидность опросного метода сбора массовой информации. Современная технология сбора информации в виде он-лайн опросов. Метод интервью при сборе массовой информации.

5. Образовательные технологии

В процессе освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» используются следующие образовательные технологии.

А. Стандартные методы обучения: лекции; семинары, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях; консультации преподавателей; самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к семинарским занятиям, подготовка и проведение социологического исследования по заданной теме.

Б. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий: контент-анализ региональной прессы (тема 4); оперативное социологическое исследование «Региональная информационная повестка дня» (тема 6); решение кейс-заданий (темы 2-3); защита рефератов с презентацией (темы 5 и 7); презентация результатов социологического исследования (темы 8 и 9).

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа, представлено в таблице 4.1.

Перечень методических материалов представлен в разделе 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

Методические и справочные материалы для студентов вузов выставлены в системе ЭИОС «Мой университет» – Учебные материалы – Направление подготовки «Социология (Социология городского и регионального развития)».

Полностью весь методический материал по обеспечению самостоятельной работы студентов приводится в Приложении 1 к РП.

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

При контроле освоения дисциплины используется несколько форм и видов контроля и соответствующие им работы. Применяется балльная система оценивания работы студента в течение учебного семестра.

Вид работ	Максимальный балл
1. Посещаемость лекционных и семинарских занятий: 16 лекционных и 16 практических занятий. За посещение 1 занятия студент набирает 0,62 балла.	10
2. Контент-анализ региональной прессы	10
3. Оперативное социологическое исследование «Региональная информационная повестка дня»	10
4. Кейс-задания (Тема 2)	10
5. Кейс-задания (Тема 3)	10
6. Защита рефератов с мультимедийной презентацией	10
7. Презентация результатов социологического исследования	10
Зачёт	30

Зачет по результатам изучения дисциплины проводится в письменной форме. Зачет состоит из 30 тестовых заданий и 2 теоретических вопросов:

1. Теоретический вопрос	5-10 баллов
2. Теоретический вопрос	5-10 баллов
Тестовые задания	10 баллов

Итоговый балл формируется суммированием баллов за промежуточную аттестацию и баллов, набранных перед аттестацией. Приведение суммарной балльной оценки к четырехбалльной шкале производится следующим образом:

100-балльная система оценки	**Традиционная четырехбалльная система оценки**
85 – 100 баллов	оценка «отлично»/«зачтено»
70 – 84 баллов	оценка «хорошо»/«зачтено»
50 – 69 баллов	оценка «удовлетворительно»/«зачтено»
менее 50 баллов	оценка «неудовлетворительно»/«незачтено»

Зачет считается сданным, если у студента сформированы компетенции не менее, чем на 50 %. Иначе, если он **знает:** объект и предмет дисциплины, основные понятия курса; методы изучения коммуникативных процессов; основные различия между различия между массовой коммуникацией и межличностным общением; **умеет:** самостоятельно разрабатывать программу социологического исследования в рамках выбранной темы; разрабатывать социологический инструментарий и представлять результаты исследования по заданной теме; **владеет:** навыками разработки программы социологического исследования.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2016. 192 с. Режим доступа: по подписке. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104042

Социология коммуникации: практикум / сост. С. С. Асатрян. Ставрополь: СКФУ, 2017. 98 с. Режим доступа: по подписке. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483761

Дополнительная литература:

Зубанова Л. Б. Рейтинговые исследования в социологии массовых коммуникаций: учебное пособие. Челябинск: ЧГАКИ, 2011. 82 с. Режим доступа: по подписке. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=492757

Шарков Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение "Четвертой волны") : учебное пособие. М.: Дашков и К°, 2017. 260 с. Режим доступа: по подписке. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124

Яшин Б. Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций: учебное пособие. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. 243 с. Режим доступа: по подписке. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429211

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет» https://uni.ivanovo.ac.ru

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Электронная библиотека ИвГУ http://lib.ivanovo.ac.ru

Электронный каталог НБ ИвГУ http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office и(или) LibreOffice, интернет-браузер Microsoft Edge и(или) Yandex Browser.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории:

для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;

для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации: электронные пособия (презентации, электронные словари и т.п.), аудио-визуальные пособия (аудиозаписи, видеоматериалы и т.п.), печатные пособия.

Автор рабочей программы дисциплины: доцент кафедры социологии и управления персоналом, кандидат социологических наук, доцент Смирнова Инна Николаевна.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры социологии и управления персоналом **«05» июня 2019 г., протокол № 9**.

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____20 __ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ М. Ю. Тимофеев
(подпись)