

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Волгоградский институт управления - филиал
Факультет государственного и муниципального управления
Кафедра социологии, общей и юридической психологии

УТВЕРЖДЕНА
учёным советом
Волгоградского института управления –
филиала РАНХиГС
Протокол №13 от 27.04.2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,

Б1.В.ДЭ.09.02 «СОЦИОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ»

(код и наименование дисциплины)

39.03.01 Социология

(код, наименование направления подготовки /специальности)

**Социальная структура, социальные институты и
процессы**

(наименование образовательной программы)

Очная

(форма (формы) обучения)

Год набора –2026 г.

Волгоград, 2026 г.

Автор–составитель РПД:

Доцент кафедры
социологии, общей и
юридической психологии С.Г. Лагутин

Заведующий кафедрой
социологии, общей и
юридической психологии

Хрипунова С. В.

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДЭ.09.02 «Социология массовой коммуникации» одобрена на заседании кафедры социологии, общей и юридической психологии. Протокол от 24 апреля 2026 г. № 9

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДЭ.09.02 «Социология массовой коммуникации» обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции **	Наименован ие Компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовател ьный результат**
	ПКс -2	Разработка дизайна и методической стратегии прикладного социологическо го исследования с учетом специфики исследования рынков	ПКс-2 .2	Методическое обоснование и разработка процедур исследования рынка и алгоритмов анализа информации в рамках прикладного социологического исследования	Знает 31 Методы проведения исследования рынков Умеет У1. Анализировать информацию о рынке в зависимости от задачи прикладного исследования; У2. Определять целевую аудиторию исследования рынка в рамках прикладного социологическог о исследования Владет В1. Выбор и описание алгоритмов анализа информации о рынке в зависимости от характера решаемых задач

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.В.ДЭ.09.02 «Социология массовой коммуникации» принадлежит к блоку вариативная часть, дисциплина по выбору. В соответствии с учебным планом, по очной форме обучения дисциплина осваивается в 8 семестре, общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах составляет 2 ЗЕ (72 часа).

По очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 42 часов (лекции – 18 часов; практические занятия – 20 часов, Каттэк – 4 часа), на самостоятельную работу обучающихся – 30 часов.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1 Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	В С Е Г О	Объем дисциплины, ак.час												Форм а текущ его контр оля успев аемос ти, проме жуточ ной аттест ации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий									Самостоятельная работа			
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционн ого типа		Занятия семинарского типа		И К	К С Р	КЭ	Каттэк	К о н т р о л ь	СР _{к р}	СР _{эк}	СР	
			Л/ ДО Т	ВЛ	ЛР	ПЗ/ ДОТ									
Тем а 1	Социологические основы коммуникации	8	2		4								2	О	
Тем а 2	Концепции массовой коммуникации в западной социологии	8	2		4								2	О,Р	
Тем а 3	Массовая коммуникация как система	6			2/2								2	О	
Тем а 4	Модели массовой коммуникации и ее функции	6	2		2								2	О,Т	

	ции													
Тема 5	Печатные средства массовой коммуникации	6	2			2							2	O,P
Тема 6	Вещательные средства массовой коммуникации	6	2			2							2	O,P
Тема 7	Аудиовизуальные медиа	8	2			2/2							2	O,T
Тема 8	Интернет – современное коммуникационное пространство	6				2							4	O,P
Тема 9	Анализ содержания массовой коммуникации	8	2			2							4	O,P
Тема 10	Медиа среда и медиакультура современного общества	8	2			2							4	O,P
Тема 11	Основные направления эмпирических исследований в области массовой коммуникации	8	2			2							4	O,T
Промежуточная аттестация		4							4					Зачет
Итого		72	18			20/4			4				30	

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену. СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям

Примечание: формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), реферат (Р), ситуационная задача (СЗ), решение задач (З)

3.2 Содержание дисциплины

Тема1.Социологическоеизучениемассовойкоммуникации. ПКс-2.2

Роль и значение массовой коммуникации в современном мире. Понятия коммуникации информации. Межличностная, массовая, непосредственная и опосредованная коммуникация.

Модели массовой коммуникации (модель максимального/минимального эффекта, модель «спираль молчания» и др.). Взаимосвязь понятий «коммуникация»,

«общение» и «общественное мнение». Роль средств массовой коммуникации в формировании общественного мнения. Становление массмедиа. Предмет социологии массовой коммуникации.

Теория массовой коммуникации как междисциплинарная область исследования. Отличие массовой коммуникации от массмедиа. Функции системы массовых коммуникаций в обществе.

Тема2.Концепциимассовойкоммуникацииивзападнойсоциологии. ПКс-2.2

Структурно-функциональная традиция в изучении массовой коммуникации в американской социологии в 1940-х - 60-х годах XX в. (Р. Мертон, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэл). СМК как самоуправляющаяся и самокорректирующаяся подсистема, действующая в конкретных политических и институциональных условиях. Критическая теория функционирования медиа: Франкфуртская школа (Т. Адорно, М. Хоркхаймера, Г. Маркузе). Роль СМИ в символическом насилии и манипуляции. Основные идеи и работы

«Диалектика просвещения» Т. Адорно и М. Хоркхаймера. Г. Маркузе и его работа

«Одномерный человек». Роль СМК в искусственном формировании социального согласия.

Массмедиа как средство конструирования реальности (Н. Луман). Теории информационного общества (Д. Белл, М. Кастельс). Концепция Герберта Маршалла Маклюэна. Концепция Д. МакКуэйла. Массмедиа в постмодернизме.

Тема3. Массовая коммуникация как система. ПКс-2.2

Характеристики различных способов передачи информации. Проблема объективности в передаче фактов и обобщений, субъективности их трактовки коммуникатором. Оформление массовой коммуникации как социального института. Структурные элементы системы: реальность-общество, отправитель-коммуникатор, сообщение-текст, канал-средство, получатель-массовое общество, эффект-цель. Содержание процессов коммуникации в массовом обществе.

Тема4. Модели массовой коммуникации и ее функции. ПКс-2.2

Социально-экономические, политические, культурологические и технологические факторы, определяющие роль массовой коммуникации в современном мире. Модели коммуникации. Двухступенчатая модель коммуникации. Спираль молчания. Трансмиссионная модель коммуникации. Ритуальная (обрядовая) модель коммуникации. Модель рекламы. Кодирование и декодирование дискурсов медиа: модель восприятия. Модели коммуникации в массовой культуре. Модели Ю. Лотмана, Дж. Фiske, У. Эко и др.

Тема5. Печатные средства массовой коммуникации. ПКс-2.2

Иоган Гутенберг и его вклад в массовую коммуникацию. Коммуникативная ограниченность рукописи. Книга: от межличностной коммуникации к массовой, от индивидуального сознания к общественному. Медиа как текст. Кодирование и декодирование. Закрытость и открытость текстов. Нарратив. Чтение – вид социальной практики. Основные тенденции в области чтения.

Пресса в социологическом дискурсе: как общественный институт, который работает

по вектору «снизу вверх» и структурируется под воздействием потребительского спроса, профессиональных качеств журналистов, конкуренции между различными источниками информации; пресса как общественный институт, работающий по вектору «сверху вниз» (инструмент контроля) и структурируется под воздействием интересов собственника, рекламодателя, государства и культурной элиты.

Тема 6. Вещательные средства массовой коммуникации. ПКс-2.2

Радио и телевидение – вещательные медиа. Отличие вещательных медиа от тиражных. Социальные условия функционирования вещательных медиа. Социальная история общественной значимости радио. Начало коммерческого радиовещания в России. Развитие «нишевого» радиовещания. Ведущие радиовещательные корпорации России. Основные тренды отечественного радиовещания. Технологические инновации в радиоиндустрии. Достоинства Интернет для радио.

Тема 7. Аудиовизуальные медиа. ПКс-2.2

Кино и телевидение как аудиовизуальные медиа. Роль аудиовизуальных средств коммуникации в современном обществе. Кино как институт коммуникации. Модели социального функционирования кино: государственно-монополистическая и рыночная. Кино как институт пропаганды. Кино как бизнес.

Возникновение, становление и развитие телевидения как социального института. Этап массового эфирного телевидения. Современный этап цифрового диверсифицированного многоканального телевизионного вещания. Модели социального функционирования телевидения: общественное телевидение, коммерческое и государственное. Особенности различных моделей функционирования телевидения.

Тема 8. Интернет – современное коммуникационное пространство. ПКс-2.2

Интернет как пространство свободной коммуникации. Линейная коммуникация, массовая коммуникация, вебкоммуникация. Виды коммуникации в Интернете. Эволюция телекоммуникаций. Социальные последствия распространения Интернета, социальные медиа. Создание единого медиального пространства. Интернет как публичная сфера. Интернет и электронные информационно-поисковые системы. Электронная почта, спам, рассылка новостей. Аудитория Интернет, Интернет-потребление. Технология измерения аудитории Интернет. Объемы аудитории Интернет и ее структура

Тема 9. Анализ содержания массовой коммуникации. ПКс-2.2

Проблема значения и знака. Типы и организация знаков. Денотат и коннотат. Миф и его структура. Дж. Фiske о тексте медиа сообщения. Полисемичность и интертекстуальность сообщений СМИ. Открытость/закрытость текста (У. Эко). Реальность текста. Кодирование и декодирование (Холл). Нарративные формы социальной коммуникации. Дискурс, становление дискурсного анализа (В. Пропп). Диспозиционный подход к речевому поведению (Ч. Моррис). Контент-анализ. Интент-анализ дискурса. Семиотический концепт.

Тема 10. Медиа среда и медиа культура современного общества. ПКс-2.2

Понятие медиа среды. Медиа среда российского общества и конкуренция в ней. Содержание медиа среды. Проблемы медиа потребления. Социальная роль масс-медиа и доверие общественным. Медиа культура современного российского общества

Понятие медиа культуры. Роль медиа культуры как посредника между властью, обществом и личностью. Глобальная, общероссийская и региональная медиа среда.

Социальные функции медиа культуры. Модели развития медиа культуры как социального института.

Тема 11. Основные направления эмпирических исследований массовой коммуникации. ПКс-2.2

Количественные исследования в социологии массовой коммуникации. Качественные исследования массовой коммуникации: анализ текста, интервью, исследования с использованием естественно-научных методов. Изучение аудитории массовой коммуникации. Маркетинговые исследования коммуникативного поведения.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине (наименование) входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответов.

		(например, А1 или Б4).
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БАВ или 135).
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed

65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

№п/п	Наименование тем(разделов)	Методы текущего контроля успеваемости
Очная форма		
Тема1	Социологическое изучение массовой коммуникации	Устный опрос
Тема2	Концепции массовой коммуникации в западной социологии	Устный опрос, реферат
Тема3	Массовая коммуникация как система	Устный опрос
Тема4	Модели массовой коммуникации и ее функции	Устный опрос, письменный тест
Тема5	Печатные средства массовой коммуникации	Устный опрос, реферат
Тема6	Вещательные средства массовой коммуникации	Устный опрос, реферат
Тема7	Аудиовизуальные медиа	Устный опрос, письменный тест
Тема8	Интернет – современное коммуникационное пространство	Устный опрос, реферат
Тема9	Анализ содержания массовой коммуникации	Устный опрос, реферат
Тема10	Медиа среда и медиакультура современного общества	Устный опрос, реферат
Тема11	Основные направления эмпирических исследований массовой коммуникации	Устный опрос, письменный тест

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Вопросы для проведения опроса на занятиях

Типовые оценочные материалы по теме 1. Социологическое изучение массовой коммуникации. ПКс-2.2

Вопросы устного опроса:

1. Понятие о коммуникации и информации. Роль и значение массовой коммуникации в современном мире.
2. Становление социологии массовой коммуникации, ее объект и предмет. Становление массмедиа.
3. Базовые составляющие социокommunikации.
4. Межличностная, массовая, непосредственная и опосредованная коммуникация.
5. Основные виды социальной коммуникации.

Типовые оценочные материалы по теме 2. Концепции массовой коммуникации в западной социологии. ПКс-2.2

Вопросы для проведения опроса на занятиях

1. (20-30-ые годы XX века). Микро- и макроуровневые теории политико-коммуникационных процессов. Теории «волшебной пули» (image of magic bullet) и «подкожной иглы» или «шприца». У. Липманиего работа «Общественное мнение».
2. (40-60-ые годы XX века). Работы П. Лазарсфельда, Б. Берельсона и Э. Кэмпбелла. Структурно-функциональная традиция (Р. Мертон, П. Лазарсфельд). Концепция «когнитивного диссонанса» Л. Фестингера. «Теории полезности и удовлетворения потребностей» Э. Каца и др.
3. Критическая теория функционирования медиа (Франкфуртская школа), «Диалектика просвещения». «Индустрия культуры» Т. Адорно и М. Хоркхаймера.
4. Теории информационного общества (Д. Белл, М. Кастельс).
5. Массмедиа в постмодернизме: Ж. Бодрийар, Г. Дебор и др.

Темы рефератов:

1. Гарольд Лассуэл «Структура и функции коммуникации в обществе»;
2. Концепция Герберта Маршалла Маклюэна.
3. Концепция Д. МакКуэйла, его работа «Массовая коммуникация и общественный интерес: к вопросу о социальной теории структуры и функционирования медиа».
4. Массмедиа как средство конструирования реальности (Н. Луман)

Типовые оценочные материалы по теме 3. Массовая коммуникация как система. ПКс-2.2

Вопросы для проведения опроса на занятиях

1. Оформление массовой коммуникации как социального института.
2. Проблема объективности в передаче фактов и сообщений, субъективности их трактовки коммуникатором.
3. Содержание процессов коммуникации в массовом обществе
4. Функции системы массовой коммуникации в массовом обществе. Конкретно-исторический характер функций СМК.
5. Социально-экономические, политические, культурологические и технологические факторы, определяющие роль массовой коммуникации в современном мире.

Типовые оценочные материалы по теме 4. Модели массовой коммуникации и ее функции. ПКс-2.2

Вопросы для проведения опроса на занятиях

1. Модели коммуникации: линейная модель.
2. Двухступенчатая модель коммуникации.
3. Спираль молчания.
4. Трансмиссионная модель коммуникации. Другие модели коммуникации.

Тест:

Вопрос 1. Когда возникли массовые коммуникации? 1.1. С возникновением человечества.

- 1.2. Когда человек изобрел язык

1.3. С возникновением книги и газет

1.4. В 21 веке

Вопрос 2. Какой наиболее важный критерий построения информационного общества?

2.1. Появление компьютеров

2.2. Доля информационных продуктов в ВВП

2.3. Возрастание роли информации в обществе

Вопрос 3. Есть ли различия между «авторитарной» и «тоталитарной» теориями МК?

3.1. Существенных различий нет

3.2. Имеются некоторые различия

3.3. Есть принципиальные различия

Вопрос 4. К какой теории относится понятие «четвертая власть»?

4.1. К теории неограниченного влияния СМИ

4.2. К теории активной аудитории

4.3. К либертарианской теории СМИ

4.4. К теории неограниченного влияния СМИ

4.5. К теории неограниченного влияния СМИ

4.6. К теории неограниченного влияния СМИ

4.7. К теории неограниченного влияния СМИ

4.8. К теории неограниченного влияния СМИ

4.9. К теории неограниченного влияния СМИ

4.10. К теории неограниченного влияния СМИ

4.11. К теории неограниченного влияния СМИ

4.12. К теории неограниченного влияния СМИ

4.13. К теории неограниченного влияния СМИ

4.14. К теории неограниченного влияния СМИ

4.15. К теории неограниченного влияния СМИ

4.16. К теории неограниченного влияния СМИ

4.17. К теории неограниченного влияния СМИ

4.18. К теории неограниченного влияния СМИ

4.19. К теории неограниченного влияния СМИ

4.20. К теории неограниченного влияния СМИ

4.21. К теории неограниченного влияния СМИ

4.22. К теории неограниченного влияния СМИ

4.23. К теории неограниченного влияния СМИ

4.24. К теории неограниченного влияния СМИ

4.25. К теории неограниченного влияния СМИ

4.26. К теории неограниченного влияния СМИ

4.27. К теории неограниченного влияния СМИ

4.28. К теории неограниченного влияния СМИ

4.29. К теории неограниченного влияния СМИ

4.30. К теории неограниченного влияния СМИ

4.31. К теории неограниченного влияния СМИ

4.32. К теории неограниченного влияния СМИ

4.33. К теории неограниченного влияния СМИ

4.34. К теории неограниченного влияния СМИ

4.35. К теории неограниченного влияния СМИ

4.36. К теории неограниченного влияния СМИ

4.37. К теории неограниченного влияния СМИ

4.38. К теории неограниченного влияния СМИ

4.39. К теории неограниченного влияния СМИ

4.40. К теории неограниченного влияния СМИ

4.41. К теории неограниченного влияния СМИ

4.42. К теории неограниченного влияния СМИ

4.43. К теории неограниченного влияния СМИ

4.44. К теории неограниченного влияния СМИ

4.45. К теории неограниченного влияния СМИ

4.46. К теории неограниченного влияния СМИ

4.47. К теории неограниченного влияния СМИ

4.48. К теории неограниченного влияния СМИ

4.49. К теории неограниченного влияния СМИ

4.50. К теории неограниченного влияния СМИ

4.51. К теории неограниченного влияния СМИ

4.52. К теории неограниченного влияния СМИ

4.53. К теории неограниченного влияния СМИ

4.54. К теории неограниченного влияния СМИ

4.55. К теории неограниченного влияния СМИ

4.56. К теории неограниченного влияния СМИ

4.57. К теории неограниченного влияния СМИ

4.58. К теории неограниченного влияния СМИ

4.59. К теории неограниченного влияния СМИ

4.60. К теории неограниченного влияния СМИ

4.61. К теории неограниченного влияния СМИ

4.62. К теории неограниченного влияния СМИ

4.63. К теории неограниченного влияния СМИ

4.64. К теории неограниченного влияния СМИ

4.65. К теории неограниченного влияния СМИ

4.66. К теории неограниченного влияния СМИ

4.67. К теории неограниченного влияния СМИ

4.68. К теории неограниченного влияния СМИ

4.69. К теории неограниченного влияния СМИ

4.70. К теории неограниченного влияния СМИ

4.71. К теории неограниченного влияния СМИ

4.72. К теории неограниченного влияния СМИ

4.73. К теории неограниченного влияния СМИ

4.74. К теории неограниченного влияния СМИ

4.75. К теории неограниченного влияния СМИ

4.76. К теории неограниченного влияния СМИ

4.77. К теории неограниченного влияния СМИ

4.78. К теории неограниченного влияния СМИ

4.79. К теории неограниченного влияния СМИ

4.80. К теории неограниченного влияния СМИ

4.81. К теории неограниченного влияния СМИ

4.82. К теории неограниченного влияния СМИ

4.83. К теории неограниченного влияния СМИ

4.84. К теории неограниченного влияния СМИ

4.85. К теории неограниченного влияния СМИ

4.86. К теории неограниченного влияния СМИ

4.87. К теории неограниченного влияния СМИ

4.88. К теории неограниченного влияния СМИ

4.89. К теории неограниченного влияния СМИ

4.90. К теории неограниченного влияния СМИ

4.91. К теории неограниченного влияния СМИ

4.92. К теории неограниченного влияния СМИ

4.93. К теории неограниченного влияния СМИ

4.94. К теории неограниченного влияния СМИ

4.95. К теории неограниченного влияния СМИ

4.96. К теории неограниченного влияния СМИ

4.97. К теории неограниченного влияния СМИ

4.98. К теории неограниченного влияния СМИ

4.99. К теории неограниченного влияния СМИ

4.100. К теории неограниченного влияния СМИ

Типовые оценочные материалы по теме 5. Печатные средства массовой коммуникации. ПКс-2.2

Вопросы для проведения опроса на занятиях

1. Коммуникативная ограниченность рукописи. Книга: от межличностной коммуникации к массовой, от индивидуального сознания к общественному.
2. Медиа как текст. Кодирование и декодирование. Закрытость и открытость текстов. Нарратив.
3. Чтение – вид социальной практики. Основные тенденции в области чтения.
4. Основные прогнозы развития печатных медиа.

Темы рефератов:

1. Иоганн Гутенберг и его вклад в массовую коммуникацию.
2. Принципы свободы печати: прошлое и настоящее.

Типовые оценочные материалы по теме 6. Вещательные средства массовой коммуникации. ПКс-2.2

Вопросы для проведения опроса на занятиях

1. Радио и телевидение как вещательные медиа. Отличие вещательных медиа от тиражных.
2. Социальная история и общественная значимость радио.
3. Начало коммерческого радиовещания в России.
4. Основные тренды отечественного радиовещания.
5. Radioindex: описание проекта
6. Показатели аудитории радио

Темы рефератов:

1. Развитие «нишевого» радиовещания.
2. Ведущие радиовещательные корпорации России
3. Интернет-радио: история появления и современное состояние

Типовые оценочные материалы по теме 7. Аудиовизуальные медиа. ПКс-2.2

Вопросы для проведения опроса на занятиях

1. Кино как институт коммуникации.
2. Модели социального функционирования кино: государственно-монополистическая и рыночная.
3. Возникновение, становление и развитие телевидения как социального института.
4. Модели социального функционирования телевидения: общественное телевидение, коммерческое и государственное.
5. Технология измерения телевизионной аудитории.

6. Основные показатели телесмотрения.

Тест:

Вопрос 1. Сколько свойств символической реальности описывается в теории культивации?

1.1. Два

1.2. Три

1.3. Четыре 1.4. Пять 1.5. Более пяти

Вопрос 2. В чем главное различие между теориями неограниченного и ограниченного влияния СМИ?

2.1. В широте охвата аудитории информацией 2.2. В воздействии на аудиторию

Вопрос 3. Кого следует относить к активной аудитории?

3.1. Тех, кто затрачивает много времени на СМК 3.2. Тех, кто избирательно относится к информации 3.3. Тех, кто эмоционально реагирует на информацию

Вопрос 4. Что можно измерить с помощью метода семантического дифференциала?

4.1. Качество содержания информации

4.2. Количество информации в тексте 4.3. Субъективное отношение к информации

Ответы на вопросы теста: 1.3; 2.2; 3.2; 4.3.

Типовые оценочные материалы по теме 8. Интернет как современное коммуникационное пространство. ПКс-2.2

Вопросы для проведения опроса на занятиях

1. Интернет как пространство свободной коммуникации. Виды коммуникации в Интернете.
2. Эволюция телекоммуникаций.
3. Понятие о новых медиа. Принципы интерактивности в работе новых медиа.
4. Блоги и вики. Гипертекстовая организация содержания.
5. Интернет и электронные информационно-поисковые системы. Электронная почта, спам, рассылка новостей.
6. Аудитория Интернет, технология измерения аудитории Интернет. Объемы аудитории Интернет и ее структура.
7. Электронная переписка, онлайн-игры, социальные сети как разновидности СМС.

Темы рефератов:

1. Социальные медиа и создание единого медийного пространства.
2. Социальные последствия развития новых медиа и распространения Интернета
3. Интернет-потребление.

Типовые оценочные материалы по теме 9. Анализ содержания массовой коммуникации. ПКс-2.2

Вопросы для проведения опроса на занятиях

1. Проблема значения и знака. Типы организации знаков.
2. Дж. Фiske о тексте медиа сообщения.
3. Полисемичность и интертекстуальность сообщений СМИ.
4. Открытость и закрытость текста (У. Эко). Реальность текста. Кодирование и декодирование (Холл).
5. Нарративные формы социальной коммуникации. Дискурс, становление дискурсного анализа.

Темы рефератов:

1. Диспозиционный подход к речевому поведению (Ч. Моррис). 2. Интент-анализ дискурса.

Типовые оценочные материалы по теме 10. Медиа среда и медиа культура современного общества. ПКс-2.2

Вопросы для проведения опроса на занятиях

1. Понятие медиасреды. Медиасреда российского общества.

2. Конкуренция в российской медиасреде.
3. Содержание медиасреды.
4. Понятие медиакультуры. Роль медиакультуры как посредника между властью, обществом и личностью.
5. Социальные функции медиакультуры. Модели развития медиакультуры как социального института.

Темы рефератов:

1. Социальная роль масс-медиа и доверие общества к ним.
2. Экономический дискурс современных медиа

Типовые оценочные материалы по теме 11. Основные направления эмпирических исследований массовой коммуникации. ПКс-2.2

Вопросы для проведения опроса на занятиях

1. Количественные исследования в социологии массовой коммуникации.
2. Качественные исследования массовой коммуникации: анализ текста, интервью, исследования с использованием естественно-научных методов.
3. Изучение аудитории массовой коммуникации.
4. Исследования потребления медиа-продукции.
5. Исследования коммуникатора.
6. Исследования содержания массовой коммуникации.

Тест:

Вопрос 1. Что является главным в теории «повестки дня»? 17.1. Расположение материалов по темам 17.2. Расположение материалов по значимости

Вопрос 2. Кого считают автором теории культивации? 18.1. М. Маклюэн

18.2. Д. Гербнера

18.3. Г. Почепцова

Вопрос 3. На чем делает акцент теория социальной ответственности?

19.1. На ответственности СМИ перед обществом

19.2. На ответственности общества перед СМИ 19.3. На ответственности СМИ и общества

Вопрос 4. Чем отличаются показатели доли и рейтинга? 20.1. Доля больше рейтинга

20.2. Рейтинг больше доли 20.3. Между ними нет различий

Ответы на вопросы теста: 1.2; 2.2; 3.3; 4.2.

Шкала оценивания

Устный опрос

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания при проведении устного опроса является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умение применять полученные знания на практике, овладение навыками анализа и систематизации информации в области финансов.

При оценивании результатов устного опроса используется следующая шкала оценок:

100% - 85%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет применять полученные знания на практике, владеет навыками анализа и систематизации информации в области государственных финансов
84% - 65%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет применять полученные знания на практике в отдельных сферах профессиональной деятельности, владеет основными навыками анализа и систематизации информации в области государственных финансов
64% - 55%	Учащийся демонстрирует достаточное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет использовать полученные знания для решения

	основных практических задач в отдельных сферах профессиональной деятельности, частично владеет основными навыками анализа и систематизации информации в области государственных финансов
менее 55%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, не умеет применять полученные знания на практике, не владеет навыками анализа и систематизации информации в области государственных финансов

Тестирование

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критерием оценивания при проведении тестирования, является количество верных ответов, которые дал студент на вопросы теста. При расчете количества баллов, полученных студентом по итогам тестирования, используется следующая формула;

где Б – количество баллов, полученных студентом по итогам тестирования;

В – количество верных ответов, данных студентом на вопросы теста;

О – общее количество вопросов в тесте.

Решение задач

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при решении задач во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критерием оценивания при решении задач, является количество верно решенных задач. При расчете количества баллов, полученных студентом по итогам решения задач, используется следующая формула:

$$Б = \frac{В}{О} \times 100\%$$

где Б – количество баллов, полученных студентом по итогам решения задач;

В – количество верно решенных задач;

О – общее количество задач.

Решение ситуационной задачи

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при выполнении ситуационной задачи во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания является сбор и обобщение необходимой информации, правильное выполнение необходимых расчетов, достоверность и обоснованность выводов.

При оценивании результатов решения ситуационной задачи используется следующая шкала оценок:

100% - 85%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, умеет собирать и обобщать необходимую информацию, правильно осуществляет расчеты, делает обоснованные выводы
84% - 65%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, может собрать большую часть необходимой информации, рассчитывает необходимые показатели, делает выводы, допуская при этом незначительные ошибки
64% - 55%	Учащийся демонстрирует знание некоторой части основных теоретических положений, может собрать некоторую часть необходимой информации, рассчитывает необходимые показатели, делает выводы, допуская при этом ошибки
менее 55%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, умений и навыков в рамках осваиваемой компетенции.

а. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает 2 (две) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по

дисциплине и формулы расчета:

Тема 1-6.	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,3	30
КТ 2	100	0,3	30
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Тема 1-6.

Социологическое изучение массовой коммуникации. ПКс-2.2

Вопросыустного опроса:

1. Понятие о коммуникации и информации. Роль и значение массовой коммуникации всовременноммире.
2. Становление социологии массовойкоммуникации, ее объект и предмет. Становлениемассмедиа.
3. Базовыесоставляющиесоциокоммуникации.
4. Межличностная,массовая,непосредственнаяиопосредованная коммуникация.
5. Основныевидысоциальнойкоммуникации.

Тест:

Вопрос 1.Когда возникли массовые коммуникации?

- 1.1.Свозникновением человечества.
- 1.2. Когда человек изобрелязык
- 1.3. С возникновениемкнигигазет
- 1.4. В 21 веке

Вопрос 2. Какой наиболее важный критерий построения информационного общества?

- 2.1.Появление компьютеров
- 2.2.Доля информационных продуктов в ВВП
- 2.3.Возрастаниеролиинформацииивобществе

Вопрос 3.Есть ли различия между «авторитарной» и «тоталитарной» теориями МК?

- 3.1.Существенныхразличий нет
- 3.2. Имеются некоторыеразличия
- 3.3. Естьпринципиальныеразличия

Вопрос 4.К какой теории относится понятие «четвертая власть»?\\

4.1. Теории неограниченного влияния СМК

4.2. Теории активной аудитории 4.3. Клибертарианской теории СМК

Ответы на вопросы теста: 1.3; 2.3; 3.2; 4.1.

Критерии оценивания тестовых заданий:

Диапазон баллов	Описание критерия	
85-100	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
65-84	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
55-64	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0-54	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

КТ – 2.

Тема 6-11.

Основные направления эмпирических исследований массовой коммуникации. ПКс-2.2

Вопросы для проведения опроса

1. Количественные исследования в социологии массовой коммуникации.
2. Качественные исследования массовой коммуникации: анализ текста, интервью, исследования с использованием естественно-научных методов.
3. Изучение аудитории массовой коммуникации.
4. Исследования потребления медиа-продукции.
5. Исследования коммуникатора.
6. Исследования содержания массовой коммуникации.

Тест:

Вопрос 1. Что является главным в теории «повестки дня»? ь

1.1. Расположение материалов по темам

1.2. Расположение материалов по значимости

Вопрос 2. Кого считают автором теории культивации?

2.1. М. Маклюэн

2.2. Д. Гербнера

2.3. Г. Почепцова

Вопрос 3. На чем делает акцент теория социальной ответственности?

3.1. На ответственности СМК перед обществом

3.2. На ответственности общества перед СМК

3.3. На ответственности СМК и общества

Вопрос 4. Чем отличаются показатели доли и рейтинга?

4.1. Доля больше рейтинга

4.2. Рейтинг больше доли

4.3.Междуниминетразличий

Ответы на вопросы теста: 1.2; 2.2; 3.3;4.2.

Критерии оценивания тестовых заданий:

Диапазон баллов	Описание критерия	
85-100	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
65-84	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
55-64	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0-54	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающегося

Тестовые материалы

Вопрос 1.Когда возникли массовые коммуникации?1.1.Свозникновением человечества.

- 1.2. Когда человек изобрел язык
- 1.3. Свозникновением книги и газет
- 1.4. В 21 веке

Вопрос 2. Какой наиболее важный критерий построения информационного общества?

- 2.1.Появление компьютеров
- 2.2.Доля информационных продуктов в ВВП
- 2.3.Возраст и роли информации в обществе

Вопрос 3.Есть ли различия между «авторитарной» и «тоталитарной» теориями МК?

- 3.1.Существенных различий нет
- 3.2.Имеются некоторые различия
- 3.3.Есть принципиальные различия

Вопрос 4.К какой теории относится понятие «четвертая власть»? \

- 4.1.К теории неограниченного влияния СМИ
- 4.2.К теории активной аудитории
- 4.3.К либертарианской теории СМИ

Вопрос 5. Кто является автором теории двухступенчатого распространения информации?

- 5.1.П.Лазарсфельд
- 5.2.М.Маклюэн
- 5.3.Д.Гербнер

Вопрос 6.Какая страна является родиной авторитарной теории СМИ?

- 6.1.СССР
- 6.2.Германия
- 6.3.Англия

Вопрос 7.Сколько этапов выделяется в деятельности массовых коммуникаторов?

- 7.1. Два
- 7.2. Три
- 7.3. Четыре
- 7.4. Пять

Вопрос 8. В какой теории идет речь о зависимости СМК от аудитории?

- 8.1. В теории ограниченного влияния СМК
- 8.2. В теории культивации
- 8.3. В теории активной аудитории

Вопрос 9. Что измеряется в рейтингах СМК?

- 9.1. Качество материалов
- 9.2. Объем радио и телепередач
- 9.3. Интерес аудитории к СМК

Вопрос 10. В какой теории употребляется понятие «фрейминг»?

- 10.1. В теории «повестки дня»
- 10.2. В теории культивации
- 10.3. В теории социальной ответственности

Вопрос 11. Сколько свойств символической реальности описывается в теории культивации?

- 11.1. Два
- 11.2. Три
- 11.3. Четыре
- 11.4. Пять
- 11.5. Более пяти

Вопрос 12. В чем главное различие между теориями неограниченного и ограниченного влияния СМИ?

- 12.1. В широте охвата аудитории информацией
- 12.2. В воздействии на аудиторию

Вопрос 13. Кого следует относить к активной аудитории?

- 13.1. Тех, кто затрачивает много времени на СМК
- 13.2. Тех, кто избирательно относится к информации
- 13.3. Тех, кто эмоционально реагирует на информацию

Вопрос 14. Что можно измерить с помощью метода семантического дифференциала?

- 14.1. Качество содержания информации
- 14.2. Количество информации в тексте
- 14.3. Субъективное отношение к информации

Вопрос 15. Чем отличается массовая коммуникация от публичного выступления?

- 15.1. Использованием технических средств
- 15.2. Размещением аудитории в пространстве

Вопрос 16. Сколько факторов отбора информации предлагает теория «привратника»?

- 16.1. Два
- 16.2. Три
- 16.3. Четыре
- 16.4. Пять

Вопрос 17. Что является главным в теории «повестки дня»?

17.1. Расположение материалов по темам 17.2. Расположение материалов по значимости

Вопрос 18. Кого считают автором теории культивации?

18.1. М. Маклюэн

18.2. Д. Гербнера

18.3. Г. Почепцова

Вопрос 19. На чем делает акцент теория социальной ответственности?

19.1. На ответственности СМИ перед обществом

19.2. На ответственности общества перед СМИ

19.3. На ответственности СМИ и общества

Вопрос 20. Чем отличаются показатели доли и рейтинга?

20.1. Доля больше рейтинга

20.2. Рейтинг больше доли

20.3. Между ними нет различий

Ответы на вопросы теста: 1.3; 2.3; 3.2; 4.1; 5.1; 6.2; 7.3; 8.3; 9.3; 10.1; 11.3; 12.2; 13.2; 14.3; 15.1; 16.3; 17.2; 18.2; 19.3; 20.2.

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (зачет) проводится с применением метода устного опроса.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

1. Разработайте методологическую часть программы социологического исследования по теме «Медиа среда российского общества».

Структура работы:

- Определение проблемной ситуации, обоснование актуальности темы исследования.
- Определение объекта и предмета исследования, описание объекта.
- Постановка цели и задач исследования.
- Выдвижение гипотез.
- Теоретическая, эмпирическая и операциональная интерпретация основных понятий.

2. Разработайте методологическую часть программы социологического исследования по теме «Массмедиа как средство конструирования реальности».

Структура работы:

- Определение проблемной ситуации, обоснование актуальности темы исследования.

- Определение объекта и предмета исследования, описание объекта.
- Постановка цели и задач исследования.
- Выдвижение гипотез.
- Теоретическая, эмпирическая и операциональная интерпретация основных понятий.

2. Разработайте методологическую часть программы социологического исследования по теме «Оформление массовой коммуникации как социального института».

Структура работы:

- Определение проблемной ситуации, обоснование актуальности темы исследования.
- Определение объекта и предмета исследования, описание объекта.
- Постановка цели и задач исследования.
- Выдвижение гипотез.
- Теоретическая, эмпирическая и операциональная интерпретация основных понятий.

3. Разработайте методологическую часть программы социологического исследования по теме «Кино как институт коммуникации».

Структура работы:

- Определение проблемной ситуации, обоснование актуальности темы исследования.
- Определение объекта и предмета исследования, описание объекта.
- Постановка цели и задач исследования.
- Выдвижение гипотез.
- Теоретическая, эмпирическая и операциональная интерпретация основных понятий.

4. Разработайте методологическую часть программы социологического исследования по теме «Уровень доверия населения к СМИ в г. Волгограде».

Структура работы:

- Определение проблемной ситуации, обоснование актуальности темы исследования.
- Определение объекта и предмета исследования, описание объекта.
- Постановка цели и задач исследования.
- Выдвижение гипотез.
- Теоретическая, эмпирическая и операциональная интерпретация основных понятий.

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	40
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные	30-39

посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	20-29
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Методы проведения зачета

Вопросы к зачету

1. Понятия коммуникации и информации. Межличностная, массовая, непосредственная и опосредованная коммуникация.
2. Становление масс медиа. Предмет социологии массовой коммуникации.
3. Структурно-функциональная традиция в изучении массовой коммуникации в американской социологии в 1940-х - 60-х годах XX в. (Р.Мертон, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэл).
4. Критическая теория функционирования медиа: Франкфуртская школа (Т. Адорно, М. Хоркхаймера, Г. Маркузе).
5. Содержание процессов коммуникации в массовом обществе.
6. Двухступенчатая модель коммуникации.
7. Пресса в социологическом дискурсе.
8. Радио и телевидение – вещательные медиа.
9. Отличие вещательных медиа от тиражных.

10. Социальные условия функционирования вещательных медиа.
11. Социальная история и общественная значимость радио.
12. Возникновение, становление и развитие телевидения как социального института.
13. Модели социального функционирования телевидения: общественное телевидение, коммерческое и государственное.
14. Интернет как пространство свободной коммуникации. Линейная коммуникация, массовая коммуникация, веб коммуникация.
15. Эволюция телекоммуникаций.
16. Интернет как публичная сфера. Аудитория Интернет.
17. Проблема значения и знака. Типы и организация знаков.
18. Контент-анализ. Интент-анализ дискурса.
19. Понятие медиасреды. Медиасреда российского общества и конкуренция в ней.
20. Социальная роль масс-медиа и доверие общества к ним.
21. Понятие медиакультуры. Роль медиакультуры как посредника между властью, обществом и личностью.
22. Глобальная, общероссийская и региональная медиасреда.
23. Социальные функции медиакультуры.
24. Модели развития медиакультуры как социального института.
25. Количественные исследования в социологии массовой коммуникации.
26. Качественные исследования массовой коммуникации: анализ текста, интервью, исследования с использованием естественно-научных методов.
27. Изучение аудитории массовой коммуникации.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный / ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПКс-2.2 Методическое обоснование и разработка процедур исследования рынка и алгоритмов анализа информации в рамках прикладного социологического исследования	Знает методы проведения исследования рынков Умеет анализировать информацию о рынке в зависимости от задачи прикладного исследования; Умеет определять целевую аудиторию исследования рынка в рамках прикладного социологического исследования Владеет навыками выбора и описания алгоритмов анализа информации о рынке в зависимости от характера решаемых задач	Осуществляет адекватный выбор методов проведения исследования рынков Корректно анализирует информацию о рынке в зависимости от задачи прикладного исследования; Верно определяет целевую аудиторию исследования рынка в рамках прикладного социологического исследования Выбирает и описывает эффективные алгоритмы анализа информации о рынке в зависимости от характера решаемых задач

Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

Практические контрольные задания

1. Разработайте методологическую часть программы социологического исследования по теме «Медиасреда российского общества».

Структура работы:

- *Определение проблемной ситуации, обоснование актуальности темы исследования.*
- *Определение объекта и предмета исследования, описание объекта.*

- *Постановка цели из задач исследования.*
 - *Выдвижение гипотез.*
 - *Теоретическая, эмпирическая и операциональная интерпретация основных понятий.*
2. Разработайте методологическую часть программы социологического исследования по теме «Массмедиа как средство конструирования реальности».

Структура работы:

- *Определение проблемной ситуации, обоснование актуальности темы исследования.*
 - *Определение объекта и предмета исследования, описание объекта.*
 - *Постановка цели из задач исследования.*
 - *Выдвижение гипотез.*
 - *Теоретическая, эмпирическая и операциональная интерпретация основных понятий.*
3. Разработайте методологическую часть программы социологического исследования по теме «Оформление массовой коммуникации как социального института».

Структура работы:

- *Определение проблемной ситуации, обоснование актуальности темы исследования.*
 - *Определение объекта и предмета исследования, описание объекта.*
 - *Постановка цели из задач исследования.*
 - *Выдвижение гипотез.*
 - *Теоретическая, эмпирическая и операциональная интерпретация основных понятий.*
4. Разработайте методологическую часть программы социологического исследования по теме «Кино как институт коммуникации».

Структура работы:

- *Определение проблемной ситуации, обоснование актуальности темы исследования.*
 - *Определение объекта и предмета исследования, описание объекта.*
 - *Постановка цели из задач исследования.*
 - *Выдвижение гипотез.*
 - *Теоретическая, эмпирическая и операциональная интерпретация основных понятий.*
5. Разработайте методологическую часть программы социологического исследования по теме «Уровень доверия населения к СМИ в г. Волгограде».

Структура работы:

- *Определение проблемной ситуации, обоснование актуальности темы исследования.*
- *Определение объекта и предмета исследования, описание объекта.*
- *Постановка цели из задач исследования.*
- *Выдвижение гипотез.*
- *Теоретическая, эмпирическая и операциональная интерпретация основных понятий.*

№ п/п	Тема	Вопросы, выносимые на СРС
1	2	3
1	Социологическое изучение массовой коммуникации	Модели массовой коммуникации (модель максимального/минимального эффекта, модель «спираль молчания» и др.). Взаимосвязь понятий «коммуникация», «общение» и «общественное мнение».
2	Концепции массовой коммуникации в западной социологии	Массмедиа в постмодернизме: Ж. Бодрийяр, Г. Дебор и др.
3	Массовая коммуникация как система	Структурные элементы системы: реальность-общество, отправитель-коммуникатор, сообщение-текст, канал-средство, получатель-массовое общество, эффект-цель.
4	Модели массовой коммуникации и ее функции	Трансмиссионная модель коммуникации. Ритуальная (обрядовая) модель коммуникации. Модель рекламы. Кодирование и декодирование дискурсов

		медиа: модель восприятия.
5	Печатные средства массовой коммуникации	Пресса в социологическом дискурсе: как общественный институт, который работает «снизу вверх»; пресса как общественный институт, работающий по вектору «сверху вниз» (инструмент контроля).
6	Вещательные средства массовой коммуникации	Социальные условия функционирования вещательных медиа. Социальная история и общественная значимость радио.
7	Аудиовизуальные медиа	Модели социального функционирования кино: государственно-монополистическая и рыночная. Современный этап цифрового диверсифицированного многоканального телевизионного вещания.
8	Интернет – современное коммуникационное пространство	Интернет как публичная сфера. Интернет и электронные информационно-поисковые системы. Технологии измерения аудитории Интернет. Объемы аудитории Интернет и ее структура.
9	Анализ содержания массовой коммуникации	Наративные формы социальной коммуникации. Дискурс, становление дискурсного анализа (В. Пропп). Диспозиционный подход к речевому поведению (Ч. Моррис).
10	Медиа среда и медиа культура современного общества	Социальная роль масс-медиа и доверие общества к ним. Функции медиа культуры
11	Основные направления эмпирических исследований массовой коммуникации	Контент-анализ как метод анализа содержания СМИ. Процедуры контент-анализа.

Шкала оценивания

Критериями оценивания на зачете является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умение применять полученные знания на практике, овладение навыками анализа и систематизации информации в области экономики предприятия. Для дисциплин, формой промежуточной аттестации которых является зачет с оценкой, приняты следующие соответствия:

- 85-100% - «отлично» (5);
- 65-84% - «хорошо» (4);
- 64-55% - «удовлетворительно» (3);
- менее 55% - «неудовлетворительно» (2).

При оценивании результатов устного опроса используется следующая шкала оценок:

100% - 85% (отлично)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на высоком уровне. Свободное владение материалом, выявление межпредметных связей. Уверенное владение понятийным аппаратом дисциплины. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы на высоком уровне. Способность к самостоятельному нестандартному решению практических задач
84% - 65% (хорошо)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы достаточно. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Присутствуют навыки самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества.
64% - 55% (удовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на минимальном уровне. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала, в т.ч. в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере.
менее 55% (неудовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и

	наличие фрагментарных знаний по дисциплине. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности не сформированы.
--	---

Фонды оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине представлены в приложении 1.

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Методические рекомендации по подготовке к практическому (семинарскому) занятию

Основной целью практического (семинарского) занятия является проверка глубины понимания студентом изучаемой темы, учебного материала и умения изложить его содержание ясным и четким языком, развитие самостоятельного мышления и творческой активности у студента, умения решать практические задачи. На практических (семинарских) занятиях предполагается рассматривать наиболее важные, существенные, сложные вопросы которые, наиболее трудно усваиваются студентами. При этом готовиться к практическому (семинарскому) занятию всегда нужно заранее. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию включает в себя следующее:

- обязательное ознакомление с вопросами для устного опроса,
- изучение конспектов лекций, соответствующих разделов учебника, учебного пособия, содержания рекомендованных нормативных правовых актов;
- работа с основными терминами (рекомендуется их выучить);
- изучение дополнительной литературы по теме занятия, делая при этом необходимые выписки, которые понадобятся при обсуждении на семинаре;
- формулирование своего мнения по каждому вопросу и аргументированное его обоснование;
- запись возникших во время самостоятельной работы с учебниками и научной литературы вопросов, чтобы затем на семинаре получить на них ответы;
- обращение за консультацией к преподавателю.

Рекомендации по планированию и организации времени, необходимого на изучение дисциплины (модуля)

Структура времени, необходимого на изучение дисциплины

Форма изучения дисциплины	Время, затрачиваемое на изучение дисциплины, %
Изучение литературы, рекомендованной в учебной программе	40
Решение задач, практических упражнений и ситуационных примеров	40
Изучение тем, выносимых на самостоятельное рассмотрение	20
Итого	100

Методические рекомендации по работе с литературой

При работе с литературой необходимо обратить внимание на следующие вопросы. Основная часть материала изложена в учебниках, включенных в основной список литературы рабочей программы дисциплины. Основная и дополнительная литература предназначена для повышения качества знаний студента, расширения его кругозора. При работе с литературой приоритет отдается первоисточникам (нормативным материалам, законам, кодексам и пр.).

Рекомендации по планированию и организации времени, необходимого на изучение дисциплины Рекомендации по изучению методических материалов

Методические материалы по дисциплине позволяют студенту оптимальным образом организовать процесс изучения данной дисциплины. Методические материалы по дисциплине призваны помочь студенту понять специфику изучаемого материала, а в конечном итоге – максимально полно и

качественно его освоить. В первую очередь студент должен осознать предназначение методических материалов: структуру, цели и задачи. Для этого он знакомится с преамбулой, оглавлением методических материалов, говоря иначе, осуществляет первичное знакомство с ним. В разделе, посвященном методическим рекомендациям по изучению дисциплины, приводятся советы по планированию и организации необходимого для изучения дисциплины времени, описание последовательности действий студента («сценарий изучения дисциплины»), рекомендации по работе с литературой, советы по подготовке к экзамену и разъяснения по поводу работы с тестовой системой курса и над домашними заданиями. В целом данные методические рекомендации способны облегчить изучение студентами дисциплины и помочь успешно сдать экзамен. В разделе, содержащем учебно-методические материалы дисциплины, содержание практических занятий по дисциплине.

Рекомендации для подготовки к зачету

При подготовке к зачету студент внимательно просматривает вопросы, предусмотренные рабочей программой, и знакомится с рекомендованной основной литературой. Основой для сдачи зачета студентом является изучение конспектов лекций, прослушанных в течение семестра, информация, полученная в результате самостоятельной работы в течение семестра.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 288 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15798-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/509768>

2. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 603 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15379-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/510820>

8.2. Дополнительная литература

1. Геращенко, Л. И. Социология массовых коммуникаций : учебно-методическое пособие / Л. И. Геращенко. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2020. — 32 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180288> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Касьянов, В. В. Социология для журналистов : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09671-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/517206>

3. Нешитов, П. Ю. Социология массовых коммуникаций : учебное пособие / П. Ю. Нешитов. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. — 63 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/279491> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Конституция Российской Федерации. — М.: Б.и., 1993.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации
3. Федеральный закон N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации".
4. Федеральный закон от 29.12.2010 N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

8.4. Интернет-ресурсы, справочные системы

1. Научная электронная библиотека «Киберленинка», <https://cyberleninka.ru/>

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- лекционные аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
- помещения для проведения семинарских и практических занятий, оборудованные учебной мебелью.

Дисциплина поддержана соответствующими лицензионными программными продуктами: Microsoft Windows 7 Prof, Microsoft Office 2010, Kaspersky 8.2, СПС Гарант, СПС Консультант.

Программные средства обеспечения учебного процесса включают:

- программы презентационной графики (MS PowerPoint – для подготовки слайдов и презентаций);
- текстовые редакторы (MS WORD), MS EXCEL – для таблиц, диаграмм.

Вуз обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин, обеспечивает выход в сеть Интернет.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся включают следующую оснащенность: столы аудиторные, стулья, доски аудиторные, компьютеры с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет.

Для изучения учебной дисциплины используются автоматизированная библиотечная информационная система и электронные библиотечные системы.