

**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
_____ М.П. Скляр
_____ 2023г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«СОЦИОЛОГИЯ КОММУНИКАЦИЙ»**

По направлению подготовки 39.03.01 Социология
Профиль: «Социология»

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

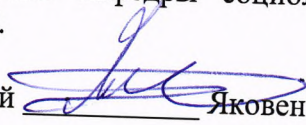
Рабочая программа учебной дисциплины «Социология коммуникаций» по направлению подготовки 39.03.01 Социология. – 26 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Социология коммуникаций» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 39.03.01 Социология, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 75 от 05 февраля 2018 года.

СОСТАВИТЕЛЬ:

кандидат педагогических наук, доцент Даник О.Л.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры социологии и социальных технологий «18» апреля 2023 г., протокол № 17.

Заведующий кафедрой социологии и социальных технологий  Яковенко А.В.

Переутверждена: «__» _____ 20__ г., протокол № _____

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института философии «20» апреля 2023 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 коммуникаций 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 средств массовых коммуникаций;

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 коммуникаций;

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

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Социология коммуникаций» входит в модуль профессиональных дисциплин обязательной части учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 39.03.01 Социология.

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 «Введение в специальность», «История России», «Общая социологическая теория», «Методология и методы социологического исследования», «Социология личности», «Социология молодежи» и служит основой для освоения дисциплин «Социология культуры», «Проектирование и прогнозирование социальных процессов», «Социология управления», «Социология семьи», «Социология конфликта»,

«Социология труда», «Политическая и электоральная социология», «Социология города».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций.	Знать: общественную природу коммуникации; Уметь: определять основные направления социального анализа по изучению социальных коммуникаций; Владеть: навыками анализа теоретических и эмпирических данных социологических исследований о влиянии различных видов коммуникации и средств массовых коммуникаций на общественные процессы и явления;
ОПК-2. Способен к социологическому анализу и научному объяснению социальных явлений и процессов на основе научных теорий, концепций, подходов	ОПК-2.1. Владеет знаниями ключевых социологических научных теорий, концепций и подходов, позволяющих квалифицированно анализировать социальные явления и процессы. ОПК-2.2. Осуществляет научный анализ актуальных социальных явлений и процессов жизнедеятельности общества.	Знать: основ организации социологических исследований по изучению проблем в области социологии коммуникаций; Уметь: осуществлять контент-анализ как метод социологического исследования информации, предоставляемой средствами массовых коммуникации; Владеть: основами организации социологических исследований по изучению проблем в области социологии коммуникаций;
ПК-5. Способен описывать, давать объяснение и осуществлять прогнозирование социальных явлений и	ПК-5.1. Демонстрирует знание основных социологических принципов и подходов, использующихся при описании, объяснении и	Знать: теоретико-методологические основания оценки роли и места коммуникаций, сформировавшиеся в

процессов с учетом результатов социологических исследований	прогнозировании социальных явлений и процессов. ПК-5.2. Описывает социальную действительность, объясняет социальные явления и процессы, опираясь на знания теоретической социологии (в том числе теорий среднего уровня) и результаты прикладных социологических исследований.	социологической научной традиции; Уметь: проводить анализ актуальных социальных проблем для определения тематики фундаментальных и прикладных социологических исследований Владеть: методами анализа основных этапов и закономерностей исторического развития общества с целью формирования мировоззренческих позиций;
---	---	--

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)	180 (5,0зач. ед)	-	180 (5,0зач. ед)
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) в том числе:	102	-	20
Лекции	51	-	10
Семинарские занятия	51	-	10
Практические занятия	-	-	-
Лабораторные работы	-	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса	-	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	78	-	160
Форма аттестации	экзамен	-	экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Коммуникации в системе социологического знания

Объект и предмет социологии коммуникаций. «Массовые коммуникации» и «массовая информация» – соотнесение понятий. Исторические, социальные и экономические предпосылки возникновения феномена «коммуникаций». Социальные коммуникации в доиндустриальную эпоху. Массовые коммуникации в условиях индустриального общества. Коммуникации и высокотехнологическое общество: общий обзор. Эволюция парадигм коммуникации.

Тема 2. Теоретические разработки в области социологии коммуникаций

Исследование коммуникаций представителями понимающей социологии (П.Бергер, Т.Лукман, А.Шюц). Социально-философская традиция анализа коммуникаций (Ю.Хабермас). Коммуникация как самоорганизующаяся среда (Н.Луман). Теория масс-медиа Дж. Томпсона о размежевании трех видов взаимодействия. Теория массового общества и массовые коммуникации. «Массовая культура» и массовые коммуникации. Массовые коммуникации и теория постиндустриального общества.

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.

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 массовые коммуникации в постсоветских государствах. Языковая специфика донбасского региона и ее учет в системе коммуникаций.

Тема 5. Периодическая печать как способ осуществления коммуникации

Социально-экономические предпосылки возникновения газеты. 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. Перспективы развития печатных средств массовой коммуникации.

Тема 6. Радиовещание и его роль в коммуницировании

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. Современный этап развития радиовещания. Полемика о будущем радиовещания как инструменте коммуницирования.

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

Телевидение как воспроизводство «второй социальной реальности». Специфика аудиовизуального 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 в системе личностного распорядка дня. Особенности международного, государственного, регионального и местного телевидения. Smart-телевидение. Телевидение и кинематограф. Телевидение будущего.

Тема 8. Телевидение и современные информационные войны

Телевизионная среда и социум. Разновекторность и многоканальность воздействия телевидения на общество – социальный и политический аспекты. Основные приемы подачи информации посредством телевидения. Телевидение и модели массового поведения. Телевидение и политическая сфера. Интерактивное телевидение как форма воздействия на массовое сознание. Манипуляционный ресурс телевидения. Позитивная роль телевидения в обществе. Глобальные телекорпорации и их влияние восприятие событий.

Тема 9. Интернет как система разновекторных коммуникаций

Предпосылки появления Интернета – социальный и технологический уровни. Информационно-коммуникативные ресурсы «Всемирной паутины». Проблемы монополизации и демонаполизации информации в Интернете. Представленность различных категорий СМИ в Интернете. Виртуальная реальность. Интернет и социальные девиации. Динамика развития Интернета. Интернет и пределы информационных возможностей общества. Особенности развития Интернета на современном этапе развития социума.

Тема 10. Социальные сети как особый вид коммуникации

Появление социальных сетей как перспективного способа осуществления коммуникации. Микро- и макросообщества в социальных сетях. Общение «в чате» - как социальный феномен. Интернет-форумы в социальных сетях как специфическая форма массовой дискуссии. Социальные сети и их роль в формировании общественного мнения. Использование новейших технологий в социальных сетях.

Тема 11. Прикладные социологические исследования применительно к тематике социологии коммуникаций

Специфика исследований аудитории средств массовой коммуникации. Особенности программы социологического исследования СМИ. Методы сбора социологической информации и социология коммуникаций. Количественный и качественный анализ информации в социологии коммуникаций. Контент-анализ как метод социологического исследования информации. Применение передовых технологий для анализа информации.

Тема 12. Социологические мониторинги средств массовой информации

Социологические мониторинги средств массовой информации: зарубежный и отечественный опыт. Рейтинги газет, радиостанций, телеканалов, интернет-ресурсов. Рейтинги радио- и телепередач. Рейтинги программ и ведущих. Анализ перетоков аудитории. Переход к новым способам мониторинга информации. Перспективные модели социологического мониторинга средств массовой информации.

Тема 13. Социологическая информация в СМИ

Социологическая информация в печатных изданиях: от традиции к инновациям. Радиоэфир и его роль в распространении социологической информации. Телеформаты представления результатов социологических исследований. Exit-poll как способ привлечения аудитории СМИ. «Интерактивные опросы» и отношение к ним профессиональных социологов. Рейтинги политиков и политических партий и их освещение в СМИ. «Опросы» в интернете: практика и реакция социологического сообщества. Конфиденциальность социологической информации и деятельность СМИ.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Теоретические разработки в области социологии коммуникаций	3	-	1
2	Массовые коммуникации и теория постиндустриального общества	4	-	1
3	Язык как содержательная основа коммуникации	4	-	1
4	Язык как квинтэссенция общественных отношений	4	-	-
5	Периодическая печать как способ осуществления коммуникации	4	-	1
6	Радиовещание и его роль в коммуницировании	4	-	-
7	Телевидение как одно из средств воздействия на массовую аудиторию в современных условиях	4	-	1
8	Телевидение и современные информационные войны	4	-	1
9	Интернет как система разноречивых коммуникаций	4	-	1
10	Социальные сети как особый вид коммуникации	4	-	-
11	Прикладные социологические исследования применительно к тематике социологии коммуникаций	4	-	1
12	Социологические мониторинги средств массовой информации	4	-	1
13	Социологическая информация в СМИ	4	-	1
Итого:		51	-	10

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Теоретические разработки в области социологии	3	-	1

	коммуникаций			
2	Массовые коммуникации и теория постиндустриального общества	4	-	1
3	Язык как содержательная основа коммуникации	4	-	1
4	Язык как квинтэссенция общественных отношений	4	-	1
5	Периодическая печать как способ осуществления коммуникации	4	-	1
6	Радиовещание и его роль в коммуницировании	4	-	1
7	Телевидение как одно из средств воздействия на массовую аудиторию в современных условиях	4	-	1
8	Телевидение и современные информационные войны	4	-	-
9	Интернет как система разноректорных коммуникаций	4		1
10	Социальные сети как особый вид коммуникации	4	-	1
11	Прикладные социологические исследования применительно к тематике социологии коммуникаций	4	-	-
12	Социологические мониторинги средств массовой информации	4	-	1
13	Социологическая информация в СМИ	4	-	-
Итого:		51	-	10

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	Теоретические разработки в области социологии коммуникаций	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	-	12
2	Массовые коммуникации и теория постиндустриального общества	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	-	12
3	Язык как содержательная основа коммуникации	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	-	12
4	Язык как квинтэссенция общественных отношений	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	-	12
5	Периодическая печать как способ осуществления	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	-	12

	коммуникации				
6	Радиовещание и его роль в коммуницировании	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	-	12
7	Телевидение как одно из средств воздействия на массовую аудиторию в современных условиях	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	-	12
8	Телевидение и современные информационные войны	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	-	12
9	Интернет как система разноречивых коммуникаций	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	-	12
10	Социальные сети как особый вид коммуникации	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	-	14
11	Прикладные социологические исследования применительно к тематике социологии коммуникаций	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	-	12
12	Социологические мониторинги средств массовой информации	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	-	14
13	Социологическая информация в СМИ	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	-	12
Итого:			78	-	160

4.7. Курсовые работы

Не предусмотрены учебным планом.

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. Гостенина, В. И. Социология массовой коммуникации: учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. – 2-е изд., перераб. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 336 с. – (Бакалавриат). – ISBN 978-5-98281-338-1. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1836637>

2. Чамкин, А. С. Социология коммуникации : учеб. пособие / А.С. Чамкин. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 295 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – ISBN 978-5-16-005544-2. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/960043>

3. Шарков, Ф. И. Коммуникология: социология массовой коммуникации: Учебное пособие / Шарков Ф. И. – 2-е изд. - Москва: Дашков и Ко, 2012. – 320 с.: ISBN 978-5-394-01463-5. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/354026>

4. Шарков, Ф. И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии: монография / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – 6-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. – 302 с. – ISBN 978-5-394-05405-1. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1996280>

б) дополнительная литература:

1. Зелинский, С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды - как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс: монография / С. А. Зелинский. – 2-е изд. – Санкт-Петербург: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2018. – 408 с. – ISBN 978-5-903463-17-6. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1095197>

2. Богомолова, Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов / Н.Н. Богомолова. – Москва: Аспект Пресс, 2010. – 191 с. – ISBN 978-5-7567-0513-3. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039495>

3. Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации / отв. ред. А.Л. Журавлев, Н.Д. Павлова. – Москва: Институт психологии РАН, 2014. – 400 с. – (Труды Института психологии РАН). – ISBN 978-5-9270-0286-3. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1061453>

4. Шендрик, А.И. Социология культуры: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальностям «Социология» и «Социальная антропология» / А.И. Шендрик. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017 – 495 с. – (Серия «Cogito ergo sum»). – ISBN 978-5-238-00896-1. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028860>

5. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб. пособие для студентов вузов / И.Д. Фомичева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Аспект Пресс, 2012.

– 360 с. – ISBN 978-5-7567-0646-8. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039135>

в) Интернет-ресурсы:

ВЦИОМ (официальный сайт) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru>

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации – <https://www.minobrnauki.gov.ru/>

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки – <http://obrnadzor.gov.ru/>

Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – <http://fgosvo.ru>

Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru/>

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru/>

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://fcior.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы и ресурсы

Электронно-библиотечная система «Знаниум» – <https://znanium.ru/>

Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН (Интернет ресурсы) – <https://www.fnisc.ru/eresurs.html>

Официальный сайт журнала «Социологические исследования». – <http://www.isras.ru>

Информационный ресурс библиотеки образовательной организации

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

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Социология коммуникаций» 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	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	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 коммуникаций»

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

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Контролируемые темы учебной дисциплины, практики	Этапы формирования (семестр изучения)
1	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций	Тема 1 Тема 2 Тема 3 Тема 4	3
2	ОПК-2	Способен к социологическому анализу и научному объяснению социальных явлений и процессов на основе научных теорий, концепций, подходов	ОПК-2.1. Владеет знаниями ключевых социологических научных теорий, концепций и подходов, позволяющих квалифицированно анализировать социальные явления и процессы. ОПК-2.2. Осуществляет научный анализ актуальных социальных явлений и процессов жизнедеятельности общества.	Тема 5 Тема 6 Тема 7 Тема 8 Тема 9 Тема 10	3
3	ПК-5	Способен проводить анализ актуальных социальных проблем для определения тематики	ПК-5.1. Демонстрирует знание основных социологических принципов и подходов, использующихся	Тема 11 Тема 12 Тема 13	3

		фундаментальных и прикладных социологических исследований	при описании, объяснении и прогнозировании социальных явлений и процессов. ПК-5.2. Описывает социальную действительность, объясняет социальные явления и процессы, опираясь на знания теоретической социологии (в том числе теорий среднего уровня) и результаты прикладных социологических исследований.		
--	--	---	---	--	--

Показатели и критерии концепции, описание шкал оценивания

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции и (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1	УК-3	УК-3.1	Знать: особенности генезиса знаний в области проектирования и прогнозирования социальных процессов; Уметь: анализировать основные этапы и закономерности развития профессиональных знаний по проектированию и прогнозированию социальных процессов; Владеть: освоения знаний по анализу основных этапов	Тема 1 Тема 2 Тема 3 Тема 4	Тесты, контрольные работы, творческие задания

			развития теории и практики проектирования и прогнозирования социальных процессов;		
	ОПК-2	ОПК-2.1	Знать: основные теоретико-прикладные подходы современного комплекса знаний в проектировании и прогнозировании социальных процессов; Уметь: осуществлять дифференциацию социально-значимых проблем для их последующего прогнозного анализа и поиска в рамках проектной деятельности способов их последующей возможной нивелировки; Владеть: навыками работы с разноплановыми источниками научной информации, позволяющей осуществлять процедуры проектированию и прогнозированию социальных процессов;	Тема 5 Тема 5 Тема 7 Тема 8 Тема 9 Тема 10	Тесты, контрольные работы, творческие задания
	ПК-5	ПК-5.1; ПК-5.2;	Знать: ключевые механизмы подготовки и осуществления мероприятий, позволяющих реализовывать задачи по	Тема 11 Тема 12 Тема 13	Тесты, контрольные работы, творческие задания

			проектированию и прогнозированию социальных процессов; Уметь: разрабатывать социологический инструментарий в рамках осуществления прогностической деятельности по различным направлениям социального развития общества; Владеть: основами социологических исследований по различным аспектам проектирования и прогнозирования социальных процессов;		
--	--	--	---	--	--

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

Типовые тестовые задания
(пороговый уровень)

1. Появление средств массовой информации связано со следующей стадией развития общества:

- а) доиндустриальной
- б) индустриальной
- в) постиндустриальной
- г) информационной

2. Понятие «массовая информация»:

- а) тождественна понятию «массовая коммуникация»
- б) масштабнее, чем понятие «массовая коммуникация»
- в) выступает составной частью понятия «массовая коммуникация»
- г) не несет в себе смысловой нагрузки

3. Нерелевантность человеческого языка, по мнению социолингвистов, означает:

- а) несоответствие слов их смыслу
- б) разночтения в понимании сказанного представителями отдельных социальных групп
- в) отсутствие специального биологически обусловленного органа человеческой речи
- г) неспособность правильной передачи информации

4. Первоначально газеты распространяли:

- а) бизнес-информацию
- б) политическую информацию
- в) развлекательную информацию
- г) религиозную информацию

6. Метаязыковая функция означает:

- а) использования языка для выражения эмоций
- б) применение языка для установления контакта
- в) объяснение при помощи языка значений непонятных слов
- г) более весомое убеждение собеседника

7. Вторыми в истории развития общества масс-медиа считаются:

- а) телевидение
- б) радио
- в) газеты
- г) интернет

8. При опубликовании результатов социологических исследований в печатных изданиях можно не указывать:

- а) название исследовательской службы, проводившей опрос
- б) временной период опроса
- в) выборочную совокупность
- г) необходимо указывать все вышеперечисленное

9. Какое из средств массовой информации в настоящее время по оценкам большинства социологов оказывает наименьшее влияние на общественное мнение:

- а) газеты
- б) телевидение
- в) радио
- г) интернет

10. Разработчиками представлений о роли ТВ как «инъекционной иглы» выступали теоретики:

- а) Гарвардского университета
- б) франкфуртской школы

- в) Сорбоннского университета
- г) Московского университета

11. Интернет возник как развитие разработок в сфере:

- а) телетехнологий
- б) коммуникаций
- в) медицины
- г) обороны

12. Временной промежуток, характеризующийся наибольшим вниманием телезрителей, к просмотру передач называется:

- а) «Овер-тайм»
- б) «Прайм-тайм»
- в) «Фри-тайм»
- г) «Клик-тайм»

13. Для анализа объема и содержания передаваемой информации чаще всего применяется:

- а) социологический опрос
- б) социальный эксперимент
- в) контент-анализ
- г) фокус-группа

14. Какое утверждение верно в отношении семиотического подхода к коммуникации:

- а) семиотика изучает только вербальные знаки
- б) семиотика рассматривает коммуникацию как передачу значений с помощью знаков
- в) семиотика фокусируется только на визуальных знаках
- г) семиотика игнорирует невербальную коммуникацию

15. Что является основным принципом теории информационного общества:

- а) информация является основным ресурсом
- б) технологии определяют социальные изменения
- в) коммуникация – это обмен информацией
- г) знание – сила

16. Дискурс это:

- а) набор символов
- б) язык
- в) стиль речи
- г) форма общения

17. Что представляет собой модель «информационного каскада»:

- а) модель, описывающая процесс принятия решений в группе
- б) модель распространения информации в социальных сетях
- в) модель влияния медиа на общественное мнение
- г) модель коммуникации между двумя индивидами

18. Что означает понятие «репрезентация» в контексте социологической теории коммуникации:

- а) отражение реальности в символической форме
- б) процесс создания образа
- в) передача информации
- г) формирование общественного мнения

19. Что такое фрейм в теории фрейминга:

- а) структура, которая определяет, как аудитория воспринимает информацию
- б) инструмент для создания и передачи сообщений
- в) формат сообщения
- г) контекст, в котором подается информация

20. Какие теории рассматривают коммуникацию как обмен символами и значениями?

- а) семиотические теории
- б) теории репрезентации
- в) теории диффузии инноваций
- г) теории социальных сетей

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тестирование»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	85 -100% правильных ответов
4	71-85% правильных ответов
3	61-70% правильных ответов
2	60% правильных ответов и ниже

Вопросы к контрольным работам

(базовый уровень)

1. Объект и предмет социологии коммуникаций.
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 коммуникаций и другие отрасли знания.
7. Язык как основа коммуникации.
8. Язык как основа и 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 коммуникации.
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 коммуникации.
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 СМК.
34. Контент-анализ как метод социологического исследования информации.
35. Развитие новых методов сбора эмпирической информации в социологии коммуникаций.

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

(высокий уровень)

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, радио- и телевидения, интернет-ресурсов?
4. Сопоставьте особенности традиционного коммуницирования и коммуницирования посредством социальных сетей.
5. Какие наиболее перспективные направления в области социологии коммуникаций 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 коммуникаций.
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 коммуникаций.
15. Представьте социологический анализ глобальных медиа корпораций.
16. Сравните деятельность социолога в рамках задач социологии коммуникаций 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 нейротехнологических революций на коммуникативную 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 (3 семестр, экзамен)

1. Социальные предпосылки возникновения коммуникации.
2. Социальные коммуникации в «аграрном», «индустриальном» и «постиндустриальном» типах обществ.
3. «Массовая коммуникация» и «массовая информация» – соотнесение понятий.
4. Массовая коммуникация 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 коммуникации 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. Влияние телевидения на общественное мнение и концепция «инъекционной иглы» (трактовки представителей Франкфуртской школы).

19. Телевещание и теория «минимального влияния» (традиция функционализма).
20. Социальные коды «распознавания» информации, передаваемой посредством телевидения.
21. Телевидение и модели массового поведения.
22. Манипуляционный ресурс телевидения.
23. Социологическая информация в телеэфире: основные способы подачи.
24. Телевидение как одно из ключевых средств ведения «информационных войн».
25. Положительные и отрицательные стороны воздействия телевидения на общественное мнение.
26. Социологический анализ гендерных, возрастных и культурных особенностей телеаудитории.
27. Телевизионная среда и глобализирующийся социум.
28. Интернет как система массовой коммуникации.
29. Интернет и пределы информационно-коммуникационных возможностей общества.
30. Представленность различных категорий средств массовой коммуникации в Интернете.
31. Проблемы монополизации и демонополизации информации в Интернете.
32. Массовая коммуникация и девиантное поведение.
33. Исследование аудитории средств массовой коммуникации.
34. Исследование объема и характера запоминания информации.
35. Методы сбора социологической информации и социология коммуникаций.
36. Контент-анализ как метод социологического исследования информации.
37. Особенности проведения контент-анализа в зависимости от специфики средств массовой информации.
38. Использование фокус-групп при исследовании различных аспектов деятельности средств массовой коммуникации
39. Интерактивные опросы в системе радио и телевидения.
40. Гендерные аспекты в социологии коммуникаций.
41. Массовые коммуникации и мобильная телефонная связь.
42. Социальные сети как способ коммуницирования.
43. Средства массовой коммуникации как источник создания стандартов социального поведения.
44. Средства массовой коммуникации и проблемы общественного контроля над их функционированием.
45. Политический ресурс средств массовой коммуникации.
46. Exitpoll в социологии, в средствах массовой коммуникации и в политике.

47. Социологический инструментарий изучения эффективности работы средств массовой коммуникации.

48. Исследования уровня доверия средств массовой коммуникации.

49. Социологические мониторинги деятельности средств массовой информации.

50. Рейтинги средств массовой коммуникации.

51. Средства массовой коммуникации о результатах социологических исследований – аналитический и пропагандистский эффекты.

52. Общие правила освещения результатов социологических исследований в средствах массовой коммуникации.

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 одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)