

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт массовых коммуникаций и социальных наук



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор  
по образовательной деятельности КФУ  
Проф. Минзарипов Р.Г.

"\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Программа дисциплины**

Социология массовых коммуникаций БЗ.ДВ.13

Направление подготовки: 040700.62 - Организация работы с молодежью

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Лаптев В.В.

**Рецензент(ы):**

Беляков Роман Юрьевич

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института массовых коммуникаций и социальных наук:

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No

Казань  
2013

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Лаптев В.В. кафедра прикладной политологии и связей с общественностью отделение социальных наук , Valentin.Laptev@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины "Социология массовых коммуникаций" являются освоение студентами основных теоретических и эмпирических направлений изучения проблем массовой коммуникации в современном обществе; расширение и углубление знаний специалиста в области организации работы с молодежью в сфере массовой коммуникации; овладение навыками социологических методов изучения массовой коммуникации.

### 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.13 Профессиональный" основной образовательной программы 040700.62 Организация работы с молодежью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 2 курсе, 3 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел Б3. ДВ13 и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 2 курсе (3 семестр).

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-12 (общекультурные компетенции)	готовность к кооперации с коллегами, к работе в коллективе
ОК-15 (общекультурные компетенции)	способность ясно и аргументировано формулировать свои мысли в устной и письменной формах, в том числе на иностранном языке
ПК-2 (профессиональные компетенции)	профессиональные компетенции специалиста по работе с молодежью (способность участвовать в реализации социально-психологической адаптации молодых людей в организации; способность участвовать в регулировании конфликтов молодых людей; умение использовать социально-технологические методы при осуществлении профессиональной деятельности; умение использовать социальные технологии в выявлении проблем в политических и общественных движениях молодежи; способность участвовать в развитии инновационных технологий в практике работы с молодежью)

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- особенности социологического подхода к проблеме изучения массовых коммуникаций;
- основные теоретические и эмпирические направления изучения массовых коммуникаций;
- виды, средства, формы и методы коммуникаций в современном обществе.

2. должен уметь:

- использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и целевых аудиторий СМИ;

### 3. должен владеть:

- традиционными и современными технологиями проведения опросов аудитории и анализа контента СМИ;
- способностью понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий в сфере социологии массовых коммуникаций;
- навыками творческого обобщения полученных знаний
  
- применять полученные знания на практике

### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 3 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

#### 4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

##### Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Сущность и основные функции массовых коммуникаций	3	1	2	2	0	устный опрос
2.	Тема 2. Массовая коммуникация как социальный институт	3	2	2	2	0	устный опрос
3.	Тема 3. Нормативные принципы и модели функционирования средств массовой коммуникации	3	3	2	2	0	устный опрос
4.	Тема 4. Массовые коммуникации и массовая культура	3	4	2	2	0	устный опрос контрольная работа
5.	Тема 5. Массовые коммуникации как элемент политической системы общества.	3	5	2	2	0	устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
6.	Тема 6. Средства массовых коммуникаций в процессе формирования общественного мнения.	3	6	2	2	0	устный опрос
7.	Тема 7. Социальные эффекты массовых коммуникаций.	3	7	2	2	0	устный опрос
8.	Тема 8. Социологическое исследование аудитории массовых коммуникаций.	3	8	2	2	0	устный опрос
9.	Тема 9. Анализ содержания массовых коммуникаций	3	9	2	2	0	устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	3		0	0	0	экзамен
	Итого			18	18	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

##### Тема 1. Сущность и основные функции массовых коммуникаций

###### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Сущность понятий коммуникация, социальная коммуникация. Основные виды социальной коммуникации. Роль коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости социума. Коммуникации как способ формирования целей развития. Коммуникационные каналы и их эволюция. Закономерности развития коммуникационных каналов. Особенности коммуникативных процессов в обществе традиционного типа. Технологические и социальные революции как факторы изменений в средствах и функциях массовой коммуникации. Предпосылки развития массовой коммуникации и основные виды средств массовой коммуникации. Актуальность изучения массовой

###### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Сущность понятий коммуникация, социальная коммуникация. Основные виды социальной коммуникации. Роль коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости социума. Коммуникации как способ формирования целей развития. Коммуникационные каналы и их эволюция. Закономерности развития коммуникационных каналов. Особенности коммуникативных процессов в обществе традиционного типа. Технологические и социальные революции как факторы изменений в средствах и функциях массовой коммуникации. Предпосылки развития массовой коммуникации и основные виды средств массовой коммуникации. Актуальность изучения массовой

##### Тема 2. Массовая коммуникация как социальный институт

###### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Понятие и признаки социального института. Характеристики СМИ как социального института. Специфические черты СМИ как социального института. Функции СМИ: информация, просвещение, социализация, выражение интересов, трансляция мнений и развлечение. Институциональные роли масс-медиа. СМИ в процессе циркуляции информации. Институт массовой информации и формирование публичной сферы в современном обществе. Массовая коммуникация и производство повседневного знания.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Понятие и признаки социального института. Характеристики СМИ как социального института. Специфические черты СМИ как социального института. Функции СМИ: информация, просвещение, социализация, выражение интересов, трансляция мнений и развлечение. Институциональные роли масс-медиа. СМИ в процессе циркуляции информации. Институт массовой информации и формирование публичной сферы в современном обществе. Массовая коммуникация и производство повседневного знания.

**Тема 3. Нормативные принципы и модели функционирования средств массовой коммуникации**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Принцип свободы слова в деятельности СМИ. Историческое развитие принципа свободы слова. Свобода слова и современные СМИ. Основные модели функционирования СМИ. Сущность авторитарной модели СМИ. Особенности советской системы функционирования массовой коммуникации. Основные положения либертарианской теории функционирования СМИ. Теория социальной ответственности. Модель демократического представительства и модель развития. Сущность социальной теории масс-медиа Д. МакКуэйла. Основные принципы функционирования медиа в современном обществе: свобода, разнообразие, качество информации, социальный и культурный порядок, солидарность и согласие.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Принцип свободы слова в деятельности СМИ. Историческое развитие принципа свободы слова. Свобода слова и современные СМИ. Основные модели функционирования СМИ. Сущность авторитарной модели СМИ. Особенности советской системы функционирования массовой коммуникации. Основные положения либертарианской теории функционирования СМИ. Теория социальной ответственности. Модель демократического представительства и модель развития. Сущность социальной теории масс-медиа Д. МакКуэйла. Основные принципы функционирования медиа в современном обществе: свобода, разнообразие, качество информации, социальный и культурный порядок, солидарность и согласие.

**Тема 4. Массовые коммуникации и массовая культура**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Процесс становления и развитие массовой культуры. Структура и уровни массовой культуры: кич-культура, мид-культура, арт-культура. Эскейпизм, быстродоступность, быстрозабываемость, консерватизм и занимательность как основные характеристики массовой культуры. Виды массовой культуры. Теоретические направления исследований массовой культуры: ?индустрия культуры? как социальный институт современного общества (исследования теоретиков Франкфуртской школы социологии) и ?оптимистическая? точка зрения на роль массовой культуры в жизни общества ( Д. Белл).

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Процесс становления и развитие массовой культуры. Структура и уровни массовой культуры: кич-культура, мид-культура, арт-культура. Эскейпизм, быстродоступность, быстрозабываемость, консерватизм и занимательность как основные характеристики массовой культуры. Виды массовой культуры. Теоретические направления исследований массовой культуры: ?индустрия культуры? как социальный институт современного общества (исследования теоретиков Франкфуртской школы социологии) и ?оптимистическая? точка зрения на роль массовой культуры в жизни общества ( Д. Белл).

**Тема 5. Массовые коммуникации как элемент политической системы общества.**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Понятие и способы политической коммуникации. Средства массовой коммуникации как необходимый элемент политической коммуникации. Влияние СМИ на массовое политическое сознание и поведение. Основные ресурсы медийного поля: известность и информация. Средства массовой информации и государственная политика в современном обществе. Модернизация политической коммуникации: негативизм, краткосрочность и персонализация современной политики. Сущность ?теории ножниц?. Влияние СМИ на политическую сферу жизнедеятельности современного российского общества. Ресурсы влияния российских СМИ.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Понятие и способы политической коммуникации. Средства массовой коммуникации как необходимый элемент политической коммуникации. Влияние СМИ на массовое политическое сознание и поведение. Основные ресурсы медийного поля: известность и информация. Средства массовой информации и государственная политика в современном обществе. Модернизация политической коммуникации: негативизм, краткосрочность и персонализация современной политики. Сущность ?теории ножниц?. Влияние СМИ на политическую сферу жизнедеятельности современного российского общества. Ресурсы влияния российских СМИ.

**Тема 6. Средства массовых коммуникаций в процессе формирования общественного мнения.**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Понятие общественного мнения и общественного сознания. Общественное мнение как фактор общественной жизни. Роль общественного мнения в механизме функционирования демократии. Характерные признаки общественного мнения: направленность, интенсивность, стабильность, информационная насыщенность и др. Экспрессивная (контрольная), консультативная и директивная функции общественного мнения. СМИ в процессе формирования общественного мнения: оформление и трансляция общественного мнения. Взаимодействие межличностной и массовой коммуникации в процессе формирования общественного мнения. Опросы общественного мнения в прессе как текст. Профессиональные требования к публикации опросов. Влияние рейтингов общественного мнения на процесс принятия решения индивида. Манипуляция общественным мнением в средствах массовой информации.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Понятие общественного мнения и общественного сознания. Общественное мнение как фактор общественной жизни. Роль общественного мнения в механизме функционирования демократии. Характерные признаки общественного мнения: направленность, интенсивность, стабильность, информационная насыщенность и др. Экспрессивная (контрольная), консультативная и директивная функции общественного мнения. СМИ в процессе формирования общественного мнения: оформление и трансляция общественного мнения. Взаимодействие межличностной и массовой коммуникации в процессе формирования общественного мнения. Опросы общественного мнения в прессе как текст. Профессиональные требования к публикации опросов. Влияние рейтингов общественного мнения на процесс принятия решения индивида. Манипуляция общественным мнением в средствах массовой информации.

**Тема 7. Социальные эффекты массовых коммуникаций.**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Понятие эффективности массовой коммуникации. Оценка эффектов и эффективности массовой коммуникации. Проблема влияния масс-медиа на сознание и поведение людей. Периодизация и типология исследований эффектов воздействия средств массовой коммуникации. Модель ?массовой паники?. Выборочное восприятие информации и теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Теория ?Спираль молчания? (Spiral of Silence) Э. Ноэль-Нойманн. Теория информационного дефицита и анализ долговременных эффектов массовой коммуникации. Теория ?повестка дня? (Agenda setting theory). Подход ?полезности и удовлетворения потребностей?. ?Конструирование? социальных проблем.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Понятие эффективности массовой коммуникации. Оценка эффектов и эффективности массовой коммуникации. Проблема влияния масс-медиа на сознание и поведение людей. Периодизация и типология исследований эффектов воздействия средств массовой коммуникации. Модель «массовой паники». Выборочное восприятие информации и теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Теория «Спираль молчания» (Spiral of Silence) Э. Ноэль-Нойманн. Теория информационного дефицита и анализ долговременных эффектов массовой коммуникации. Теория «повестка дня» (Agenda setting theory). Подход «полезности и удовлетворения потребностей». «Конструирование» социальных проблем.

#### **Тема 8. Социологическое исследование аудитории массовых коммуникаций.**

##### ***лекционное занятие (2 часа(ов)):***

Развитие эмпирических исследований аудитории массовой коммуникации. Понятия и показатели аудитории СМИ. Основные тенденции поведения аудитории СМИ. Мотивы и механизмы обращения личности к средствам массовой информации. Отношение аудитории к СМИ. Факторы, определяющие границы аудитории средств массовой информации. Потребление информации аудиторией: факторы и барьеры. Исследование аудитории? соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов, электронные способы измерения аудитории, проблема рейтинга аудитории. Основные понятия и способы медиаизмерений. Аудитория в условиях многоканальной среды. Маркетинговый подход к СМИ и сегментирование аудитории: массовый, дифференцированный и целевой маркетинг.

##### ***практическое занятие (2 часа(ов)):***

Развитие эмпирических исследований аудитории массовой коммуникации. Понятия и показатели аудитории СМИ. Основные тенденции поведения аудитории СМИ. Мотивы и механизмы обращения личности к средствам массовой информации. Отношение аудитории к СМИ. Факторы, определяющие границы аудитории средств массовой информации. Потребление информации аудиторией: факторы и барьеры. Исследование аудитории? соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов, электронные способы измерения аудитории, проблема рейтинга аудитории. Основные понятия и способы медиаизмерений. Аудитория в условиях многоканальной среды. Маркетинговый подход к СМИ и сегментирование аудитории: массовый, дифференцированный и целевой маркетинг.

#### **Тема 9. Анализ содержания массовых коммуникаций**

##### ***лекционное занятие (2 часа(ов)):***

Текст как показатель намерений коммуникатора. Эмпирические исследования содержания (контента) массовой коммуникации: основные направления исследований содержания СМИ, качественные и количественные методы исследования контента. Анализ знаковых систем и коммуникативных ситуаций. Контент-анализ отдельных акций в СМИ. Возможности контент-анализа при исследованиях СМИ. Методика анализа содержания текстов СМИ: программа исследования, способы анализа текста, выбор единиц наблюдения и полевой этап исследования. Интерпретация результатов исследования. Канал как способ доставки контента. Характеристики различных каналов СМИ. Каналы, относящиеся к разным средствам передачи информации. Специфика и взаимодействие различных СМИ в процессе доставки контента

##### ***практическое занятие (2 часа(ов)):***

Текст как показатель намерений коммуникатора. Эмпирические исследования содержания (контента) массовой коммуникации: основные направления исследований содержания СМИ, качественные и количественные методы исследования контента. Анализ знаковых систем и коммуникативных ситуаций. Контент-анализ отдельных акций в СМИ. Возможности контент-анализа при исследованиях СМИ. Методика анализа содержания текстов СМИ: программа исследования, способы анализа текста, выбор единиц наблюдения и полевой этап исследования. Интерпретация результатов исследования. Канал как способ доставки контента. Характеристики различных каналов СМИ. Каналы, относящиеся к разным средствам передачи информации. Специфика и взаимодействие различных СМИ в процессе доставки контента

### **4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)**



N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Сущность и основные функции массовых коммуникаций	3	1	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
2.	Тема 2. Массовая коммуникация как социальный институт	3	2	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
3.	Тема 3. Нормативные принципы и модели функционирования средств массовой коммуникации	3	3	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
4.	Тема 4. Массовые коммуникации и массовая культура	3	4	подготовка к контрольной работе	4	контрольная работа
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
5.	Тема 5. Массовые коммуникации как элемент политической системы общества.	3	5	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
6.	Тема 6. Средства массовых коммуникаций в процессе формирования общественного мнения.	3	6	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
7.	Тема 7. Социальные эффекты массовых коммуникаций.	3	7	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
8.	Тема 8. Социологическое исследование аудитории массовых коммуникаций.	3	8	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
9.	Тема 9. Анализ содержания массовых коммуникаций	3	9	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
	Итого				45	

## 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Освоение дисциплины "Социология массовых коммуникаций" предполагает использование как традиционных (лекции, семинарские занятия с использованием методических материалов), так и инновационных образовательных технологий с использованием в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: выполнение ряда практических заданий с использованием профессиональных программных средств создания и ведения электронных баз данных; мультимедийных программ, включающих подготовку и выступления студентов на семинарских занятиях с фото-, аудио- и видеоматериалами по предложенной тематике.

## **6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

### **Тема 1. Сущность и основные функции массовых коммуникаций**

устный опрос , примерные вопросы:

Понятие массовой коммуникации. Структура массовой коммуникации. Основные функции массовой коммуникации.

### **Тема 2. Массовая коммуникация как социальный институт**

устный опрос , примерные вопросы:

Понятие и признаки социального института. Специфические черты и функции СМИ как социального института. Институт массовой информации и формирование публичной сферы в современном обществе.

### **Тема 3. Нормативные принципы и модели функционирования средств массовой коммуникации**

устный опрос , примерные вопросы:

Исторические этапы развития принципа свободы слова. Реализация принципа свободы слова в деятельности современных СМИ. Сущность и основные особенности авторитарной модели функционирования СМИ. Советская модель функционирования СМИ. Либертарианская теория функционирования СМИ. Принципы функционирования СМИ в рамках теории социальной ответственности. Модель демократического представительства и модель развития. Сущность социальной теории масс-медиа Д. МакКуэйла.

### **Тема 4. Массовые коммуникации и массовая культура**

контрольная работа , примерные вопросы:

Процесс становления массовой культуры. Структура массовой культуры. Основные характеристики массовой культуры.

устный опрос , примерные вопросы:

Виды массовой культуры. ?Индустрия культуры? как социальный институт современного общества (Франкфуртская школа социологии). Массовая культура ? ?универсальный язык? общения в постиндустриальном обществе (Д. Белл). Массовая культура в современной России.

### **Тема 5. Массовые коммуникации как элемент политической системы общества.**

устный опрос , примерные вопросы:

Понятие и сущность политической коммуникации Роль СМИ в процессе политической коммуникации. Основные ?медийные? ресурсы СМИ. СМИ и модернизация политической коммуникации. Влияние СМИ на массовое политическое сознание. Роль СМИ в политическом процессе в современной России.

### **Тема 6. Средства массовых коммуникаций в процессе формирования общественного мнения.**

устный опрос , примерные вопросы:

Функции общественного мнения. СМИ в процессе формирования общественного мнения. Проблема манипуляции общественным мнением в средствах массовой информации. Общественное мнение в современной России Современные российские СМИ и их влияние на общественное мнение

### **Тема 7. Социальные эффекты массовых коммуникаций.**

устный опрос , примерные вопросы:

Оценка эффектов и эффективности массовой коммуникации. Проблема влияния масс-медиа на сознание и поведение людей. Массовая паника как один из эффектов массовой коммуникации. Выборочное восприятие информации и теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера Теория ?Спираль молчания? (Spiral of Silence) Э. Ноэль-Нойманн. Анализ эффектов массовой коммуникации в рамках теории ?информационного дефицита?. Теория ?повестка дня? (Agenda setting theory).

### **Тема 8. Социологическое исследование аудитории массовых коммуникаций.**

устный опрос , примерные вопросы:

Проблематика эмпирических исследований аудитории массовой коммуникации. Понятия и показатели аудитории СМИ. Социологические методы изучения аудитории. Основные тенденции поведения аудитории СМИ. Мотивы и механизмы обращения личности к средствам массовой информации. Аудитории в условиях многоканальной медиасреды. Маркетинговый подход к СМИ и сегментирование аудитории.

### **Тема 9. Анализ содержания массовых коммуникаций**

устный опрос , примерные вопросы:

Контент СМИ ? ядро процесса коммуникации. Проблематика эмпирических исследований контента. Контент-анализ как метод изучения содержания массовой коммуникации. Контент-анализ отдельных акций в СМИ (обсуждения законопроектов, предвыборные кампании, дискуссии по общественно значимым проблемам и т.д.). Характеристики традиционных каналов СМИ и их анализ. Интернет ? новый канал доставки контента и его изучение

### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к экзамену:

Вопросы к экзамену

1. Принцип свободы слова в деятельности СМИ.
2. Научное осмысление феномена массовой культуры.
3. Структура массовой коммуникации
4. Понятие и функции массовой коммуникации.
5. Характеристики и виды массовой культуры.
6. Глобализация и мировой информационный порядок.
7. Оценка эффектов и эффективности массовой коммуникации.
8. Понятие и признаки постиндустриального общества.
9. Изучение стратегий журналистской деятельности
10. Сущность социологического подхода к изучению массовой коммуникации.
11. Общественное мнение: факторы его формирования и содержание.
12. Сущность социальной теории масс-медиа Д. МакКуэйла.
13. Выборочное восприятие информации и теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера.
14. Эмпирическое изучение профессиональным коммуникаторов.
15. Средства массовой информации и государственная политика: модернизация политической коммуникации
16. Характеристики СМИ как социального института.
17. СМИ в процессе формирования общественного мнения.
18. Исследования пропаганды в трудах Г. Лассуэла.
19. Особенности советской системы функционирования массовой коммуникации.
20. Исследование новых видов журналистских практик: журналистика сиюминутности и онлайн-журналистика
21. Семиотические модели коммуникации.
22. Сущность авторитарной модели СМИ.
23. Двухступенчатая модель коммуникации П. Лазарсфельда.
24. СМИ в трудах теоретиков постмодерна.
25. Роль средств массовой коммуникации в жизни современного общества.
26. Понятия и показатели аудитории СМИ.
27. Медиаметрия: рейтинг и его роль в изучении аудитории.
28. Теория информационного дефицита.
29. Критическая теория культуры С. Холла.

30. Теория социальной ответственности.
31. Подход "полезности и удовлетворения потребностей" при анализе эффектов СМИ.
32. Модель демократического представительства и модель развития.
33. Основные положения либертарианской теории функционирования СМК.
34. Взаимоотношения СМИ и их контрагентов.
35. Институт массовой информации и формирование публичной сферы в современном обществе.
36. Маркетинговый подход к СМИ и сегментирование аудитории.
37. Модель "массовой паники".
38. Развитие эмпирических исследований аудитории массовой коммуникации.
39. Проблематика исследования коммуникатора массовой коммуникации.
40. Теория "спирали молчания" Э. Ноэль-Нойманн
41. Основные принципы функционирования медиа в современном обществе
42. Понятие коммуникации, виды коммуникации и коммуникационных каналов.
43. Процесс становления массовой культуры.
44. Основные ресурсы медийного поля.
45. Интернет и как канал доставки контента: его возможности и особенности анализа.
46. Общественное мнение в современной России.
47. Контент-анализ как метод анализа содержания массовой коммуникации.
48. Проблема изучения контента СМИ.
49. Сущность концептуальной модели массовой коммуникации и подхода "полезности и удовлетворения потребностей".
50. Понятие и способы политической коммуникации

#### Тематика рефератов

1. Понятие и виды коммуникации.
2. Эволюция коммуникационных каналов.
3. Развитие массовой коммуникации в обществе
4. Роль средств массовой коммуникации в жизни современного общества
5. Структура массовой коммуникации.
6. Массовая аудитория - необходимый элемент массовой коммуникации.
7. Развитие технических средств как необходимая предпосылка массовой коммуникации.
8. СМИ как социальный институт.
9. Институт массовой информации и формирование публичной сферы в современном обществе.
10. Значение принципа свободы слова в деятельности современных масс-медиа.
11. Основные нормативные требования к деятельности СМИ.
12. Модели функционирования СМИ.
13. Социальная теория масс-медиа Д. МакКуэйла.
14. Виды массовой культуры и их особенности.
15. Основные тенденции развития массовой культуры
16. Роль СМИ в процессе политической коммуникации.
17. Влияние СМИ на политическую модернизацию в современном обществе.
18. СМИ в политическом процессе в современной России.
19. Проблема манипуляции общественным мнением в средствах массовой информации.
20. Существует ли общественное мнение (по работам П. Бурдьё)?
21. Пиар-деятельность и общественное мнение.
22. Проблема социальной эффективности массовой коммуникации (на примере различных социологических теорий).

23. Проблематика социальных эффектов массовой коммуникации в трудах отечественных социологов.
24. Основные тенденции поведения аудитории СМИ.
25. Мотивы и механизмы обращения личности к средствам массовой информации.
26. Аудитории в условиях многоканальной медиасреды.
27. Маркетинговый подход к СМИ и сегментирование аудитории.
28. Методы социологического исследования аудитории СМИ.
29. Проблема сегментирования аудитории в рамках маркетингового подхода к СМИ.
30. Зарубежные исследования контента СМИ.
31. Возможности контент-анализа в процессе изучения содержания массовой коммуникации.

### **7.1. Основная литература:**

1. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2003.
2. Фомичева И.Д. Социология СМИ: Учебное пособие для студентов вузов. - М.: Аспект Пресс, 2007.
3. Херманн Михаэль К. Политическая коммуникация: воздействие средств массовой информации на общество в современных государствах. - электронная версия: <http://www.nethistory.ru/biblio/1043179735.html>
4. Черных А. И. Социология массовых коммуникаций: Учебное пособие. - М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008.

### **7.2. Дополнительная литература:**

1. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли. - 2-е изд. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
2. Чугунов А.В. Теоретические основания концепции "Информационного общества": Учебно-методическое пособие по курсу "Интернет и политика". - электронная версия: <http://www.nethistory.ru/biblio/1042577178.html>
3. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учеб. пособие. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2006.

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

Профессиональный портал для специалистов по связям с общественностью - [www.sovetnik.ru](http://www.sovetnik.ru)  
Российская ассоциация по связям с общественностью - [www.raso.ru](http://www.raso.ru)  
Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR - [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)  
Фонд общественного мнения (ФОМ) - [www.fom.ru](http://www.fom.ru)  
ЦПК "НикколоМ" - [www.nikkolom.ru](http://www.nikkolom.ru)

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану**

Освоение дисциплины "Социология массовых коммуникаций" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 040700.62 "Организация работы с молодежью" и профилю подготовки не предусмотрено .

Автор(ы):

Лаптев В.В. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Беляков Роман Юрьевич \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.