

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Отделение Институт истории



подписано электронно-цифровой подписью

### Программа дисциплины

Социология массовых коммуникаций Б1.ДВ.1

Направление подготовки: 030600.62 - История

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Лаптев В.В.

**Рецензент(ы):**

Идиатуллина К.С. , Беляев В.А.

### **СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

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

Учебно-методическая комиссия Института международных отношений, истории и востоковедения (отделение Институт истории):

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

Регистрационный No 901917114

Казань

2014

## 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 связей с общественностью и прикладной политологии Отделение массовых коммуникаций ,  
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 связей с общественностью 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 " Б1.ДВ.1 Гуманитарный, социальный и экономический" основной образовательной программы 030600.62 История и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел дисциплин по выбору. Осваивается на 4 курсе (8 семестр).

Изучение данной дисциплины способствует освоению основ социологии массовых коммуникаций; видов, средств, форм и методов коммуникаций в современном информационном обществе; технологий проведения социологических исследований.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
ОК-12 (общекультурные компетенции)	способностью использовать навыки работы с информацией из различных источников для решения профессиональных и социальных задач
ОК-3 (общекультурные компетенции)	готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе
ОК-4 (общекультурные компетенции)	способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность
ОК-6 (общекультурные компетенции)	стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, способностью изменять при необходимости профиль своей профессиональной деятельности, способностью к социальной адаптации

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

4. должен демонстрировать способность и готовность:

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 зачет в 8 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	8	1	2	2	0	
2.	Тема 2. Массовая коммуникация как социальный институт	8	2	2	2	0	

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
3.	Тема 3. Нормативные принципы и модели функционирования средств массовой коммуникации	8	3-4	2	2	0	
4.	Тема 4. Массовые коммуникации и массовая культура	8	5-6	2	2	0	
5.	Тема 5. Средства массовых коммуникаций в процессе формирования общественного мнения	8	9	2	2	0	
6.	Тема 6. Идеологическая традиция анализа массовых коммуникаций	8	1-2	2	2	0	
7.	Тема 7. Исследования массовых коммуникаций в рамках Чикагской социологической школы (начало XX в)	8	3-4	2	2	0	
8.	Тема 8. Структурно-функциональный подход к изучению массовой коммуникации	8	5-6	2	2	0	
9.	Тема 9. Современный этап исследований массовых коммуникаций	8	7-9	2	2	0	
10.	Тема 10. Социальные эффекты массовых коммуникаций	8	2-3	2	2	0	
11.	Тема 11. Социологическое исследование аудитории массовых коммуникаций	8	4-5	2	2	0	
12.	Тема 12. Анализ содержания массовых коммуникаций	8	8-9	2	2	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	зачет
	Итого			24	24	0	

## **4.2 Содержание дисциплины**

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

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

Массовая коммуникация: общие условия, необходимые для функционирования массовой коммуникации. Понятие структуры массовой коммуникации. Технические средства как необходимый элемент массовой коммуникации. Социальная значимость информации. Массовая аудитория - компонент массовой коммуникации, признаки массовой аудитории. Способы и средства массовой коммуникации: направленность, многоканальность, нормативность и вариативность коммуникативных средств. Основные функции массовой коммуникации: содержание информационной, регулирующей и культурологической функции.

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

1. Массовая коммуникация как объект социологического изучения. 2. Особенности коммуникации в обществе традиционного типа. 3. Развитие коммуникативных каналов. 4. Актуальность изучения массовой коммуникации.

### **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 как конституционно-правовая сфера.

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

1. Понятие и признаки социального института. 2. Специфические черты и функции СМИ как социального института. 3. Институт массовой информации и формирование публичной сферы в современном обществе.

### **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)):***

1. Исторические этапы развития принципа свободы слова. 2. Реализация принципа свободы слова в деятельности современных СМИ. 3. Сущность и основные особенности авторитарной модели функционирования СМИ. 4. Советская модель функционирования СМИ. 5. Либертарианская модель функционирования СМИ

### **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)):***

1. Процесс становления массовой культуры. 2. Структура массовой культуры. 3. Основные характеристики массовой культуры. 4. Виды массовой культуры.

### **Тема 5. 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. Состояние общественного мнения в современной России.

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

1. СМИ в процессе формирования общественного мнения. 2. Проблема манипуляции общественным мнением в средствах массовой информации. 3. Основные методы изучения общественного мнения. 4. Состояние общественного мнения в современной России.

### **Тема 6. Идеологическая традиция анализа массовых коммуникаций**

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

Идеология и ее роль в жизни общества. Концепции идеологии. Структуралистский подход к определению идеологии. Сущность марксистской концепции идеологии. Марксистская традиция анализа массовой коммуникации: К. Маркс, А. Грамши, Л. Альтюссер.

Концепция гегемонии А. Грамши. Материалы средств массовой коммуникации как пространство борьбы за гегемонию. Способы и последствия трансляции идеологических символов в СМИ. Л. Альтюссер ? идеология как активный компонент в воспроизводстве социальной жизни. Возможности анализа средств массовой коммуникации с позиций идеологического подхода.

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

1. Идеология и ее роль в жизни общества. 2. Сущность марксистской концепции идеологии. 3. Марксистский подход к анализу массовой коммуникации.

### **Тема 7. Исследования массовых коммуникаций в рамках Чикагской социологической школы (начало XX в)**

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

Особенности американской традиции исследований СМИ. Развитие коммуникативистики и эмпирических медиаисследований в рамках Чикагской школы социологии. Исследования межличностной и массовой коммуникации в работах Ч. Кули. Массовая коммуникация как процесс создания стереотипов (У. Липпман). Р. Парк ? коммуникация как основа общества. ?Теория подкожного впрыскивания? и исследования пропаганды в трудах Г. Лассуэлла. Существенные характеристики пропаганды. Структура коммуникативного акта Г. Лассуэлла.

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

1. Исследования межличностной и массовой коммуникации в работах Ч. Кули. 2. У. Липпман и ?теория стереотипов?. 3. Анализ массовой коммуникации в работах Р. Парка. 4. Исследования пропаганды в трудах Г. Лассуэлла.

### **Тема 8. Структурно-функциональный подход к изучению массовой коммуникации**

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

Функциональный подход в социологии. Виды коммуникативных систем. Массовая коммуникация как социальная система. Функции массовой коммуникации: индивидуальный уровень, уровень общества. Структурно-функциональные модели массовой коммуникации. Исследования лидеров мнения и двухступенчатая модель массовой коммуникации П. Лазарсфельда. Концептуальная модель массовой коммуникации (Болл-Рокич и Де Флюэр). Возможности и ограниченность структурно-функционального подхода к анализу массовой коммуникации.

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

1. Особенности структурно-функционального подхода к массовой коммуникации. 2. Массовая коммуникация как социальная система. 3. Модель двухступенчатой коммуникации П. Лазарсфельда 4. Концептуальная модель массовой коммуникации (Болл-Рокич и Де Флюэр).

**Тема 9. Современный этап исследований массовых коммуникаций**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Исследования массовой коммуникации в рамках Торонтской социологической школы (Г. Иннис). Коммуникация как формообразующая сила и действующая причина эволюции общества. Исследования Анненбергской школы. Телевидение как главный культурный индикатор общества. Культивационная теория Д. Гербнера. Бирмингемская школа. Критическая теория культуры С. Холла. Исследования сообщений масс-медиа в работах Glasgow Media Group. СМИ в трудах теоретиков постмодерна.

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

1. Коммуникация как формообразующая сила и действующая причина эволюции общества (Торонтская школа). 2. Культивационная теория Д. Гербнера. 3. Критическая теория культуры С. Холла. 4. Исследования СМИ в работах теоретиков постмодерна.

**Тема 10. 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 повестки дня (Agenda setting theory). Подход полезности и удовлетворения потребностей. Конструирование социальных проблем.

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

1. Оценка эффектов и эффективности массовой коммуникации. 2. Проблема влияния масс-медиа на сознание и поведение людей. 3. Массовая паника как один из эффектов массовой коммуникации. 4. Выборочное восприятие информации и теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера.

**Тема 11. 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. Классификация потребителей по человеческим ценностям и стилю жизни (онлайн-вопросник the VALS Survey).

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

1. Проблематика эмпирических исследований аудитории массовой коммуникации. 2. Понятия и показатели аудитории СМИ. 3. Социологические методы изучения аудитории.

**Тема 12. 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

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

1. Контент СМИ ? ядро процесса коммуникации. 2. Проблематика эмпирических исследований контента. 3. Контент-анализ как метод изучения содержания массовой коммуникации.

**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	8	1	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
2.	Тема 2. Массовая коммуникация как социальный институт	8	2	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
3.	Тема 3. Нормативные принципы и модели функционирования средств массовой коммуникации	8	3-4	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
4.	Тема 4. Массовые коммуникации и массовая культура	8	5-6	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
5.	Тема 5. Средства массовых коммуникаций в процессе формирования общественного мнения	8	9	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
6.	Тема 6. Идеологическая традиция анализа массовых коммуникаций	8	1-2	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
7.	Тема 7. Исследования массовых коммуникаций в рамках Чикагской социологической школы (начало XX в)	8	3-4	подготовка к устному опросу	5	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
8.	Тема 8. Структурно-функциональный подход к изучению массовой коммуникации	8	5-6	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
9.	Тема 9. Современный этап исследований массовых коммуникаций	8	7-9	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
10.	Тема 10. Социальные эффекты массовых коммуникаций	8	2-3	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
11.	Тема 11. Социологическое исследование аудитории массовых коммуникаций	8	4-5	подготовка к устному опросу	5	устный опрос
12.	Тема 12. Анализ содержания массовых коммуникаций	8	8-9	подготовка к контрольной работе по темам 1 -12	5	проверка контрольных работ
	Итого				60	

## 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:

1. Массовая коммуникация как объект социологического изучения. 2. Особенности коммуникации в обществе традиционного типа. 3. Развитие коммуникативных каналов. 4. Актуальность изучения массовой коммуникации

### Тема 2. Массовая коммуникация как социальный институт

устный опрос , примерные вопросы:

1. Понятие и признаки социального института. 2. Специфические черты и функции СМИ как социального института. 3. Институт массовой информации и формирование публичной сферы в современном обществе.

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

устный опрос , примерные вопросы:

1. Исторические этапы развития принципа свободы слова. 2. Реализация принципа свободы слова в деятельности современных СМИ. 3. Сущность и основные особенности авторитарной модели функционирования СМИ. 4. Советская модель функционирования СМИ. 5. Либертарианская теория функционирования СМИ. 6. Принципы функционирования СМИ в рамках теории социальной ответственности. 7. Модель демократического представительства и модель развития. 8. Сущность социальной теории масс-медиа Д. МакКуэйла.

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

устный опрос , примерные вопросы:

1. Процесс становления массовой культуры. 2. Структура массовой культуры. 3. Основные характеристики массовой культуры. 4. Виды массовой культуры.

#### **Тема 5. Средства массовых коммуникаций в процессе формирования общественного мнения**

устный опрос , примерные вопросы:

1. СМИ в процессе формирования общественного мнения. 2. Проблема манипуляции общественным мнением в средствах массовой информации. 3. Основные методы изучения общественного мнения. 4. Состояние общественного мнения в современной России.

#### **Тема 6. Идеологическая традиция анализа массовых коммуникаций**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Идеология и ее роль в жизни общества. 2. Сущность марксистской концепции идеологии. 3. Неомарксистский подход к анализу массовой коммуникации.

#### **Тема 7. Исследования массовых коммуникаций в рамках Чикагской социологической школы (начало XX в)**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Исследования межличностной и массовой коммуникации в работах Ч. Кули. 2. У. Липпман и ?теория стереотипов?. 3. Анализ массовой коммуникации в работах Р. Парка. 4. Исследования пропаганды в трудах Г. Лассуэлла.

#### **Тема 8. Структурно-функциональный подход к изучению массовой коммуникации**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Особенности структурно-функционального подхода к массовой коммуникации. 2. Массовая коммуникация как социальная система. 3. Модель ?двухступенчатой? коммуникации П. Лазарсфельда 4. Концептуальная модель массовой коммуникации (Болл-Рокич и Де Флюэр).

#### **Тема 9. Современный этап исследований массовых коммуникаций**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Коммуникация как формообразующая сила и действующая причина эволюции общества (Торонтская школа). 2. Культивационная теория Д. Гербнера. 3. Критическая теория культуры С. Холла. 4. Исследования СМИ в работах теоретиков постмодерна.

#### **Тема 10. Социальные эффекты массовых коммуникаций**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Оценка эффектов и эффективности массовой коммуникации. 2. Проблема влияния масс-медиа на сознание и поведение людей. 3. Массовая паника как один из эффектов массовой коммуникации. 4. Выборочное восприятие информации и теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера.

#### **Тема 11. Социологическое исследование аудитории массовых коммуникаций**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Проблематика эмпирических исследований аудитории массовой коммуникации. 2. Понятия и показатели аудитории СМИ. 3. Социологические методы изучения аудитории.

#### **Тема 12. Анализ содержания массовых коммуникаций**

проверка контрольных работ, примерные вопросы:

1. Контент СМИ ? ядро процесса коммуникации. 2. Проблематика эмпирических исследований контента. 3. Контент-анализ как метод изучения содержания массовой коммуникации.

## Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Примерные вопросы к зачету

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. Изучение стратегий журналистской деятельности
9. Сущность социологического подхода к изучению массовой коммуникации.
10. Общественное мнение: факторы его формирования и содержание.
11. Сущность социальной теории масс-медиа Д. МакКуэйла.
12. Выборочное восприятие информации и теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера.
13. Эмпирическое изучение профессиональным коммуникаторов.
14. Средства массовой информации и государственная политика: модернизация политической коммуникации
15. Характеристики СМИ как социального института.
16. СМИ в процессе формирования общественного мнения.
17. Исследования пропаганды в трудах Г. Лассуэла.
18. Особенности советской системы функционирования массовой коммуникации.
19. Исследование новых видов журналистских практик: журналистика сиюминутности и онлайн-журналистика
20. Семиотические модели коммуникации.
21. Сущность авторитарной модели СМИ.
22. Двухступенчатая модель коммуникации П. Лазарсфельда.
23. СМИ в трудах теоретиков постмодерна.
24. Роль средств массовой коммуникации в жизни современного общества.
25. Понятия и показатели аудитории СМИ.
26. Медиаметрия: рейтинг и его роль в изучении аудитории.
27. Теория информационного дефицита.
28. Критическая теория культуры С. Холла.
29. Теория социальной ответственности.
30. Подход "полезности и удовлетворения потребностей" при анализе эффектов СМИ.
31. Модель демократического представительства и модель развития.
32. Основные положения либертарианской теории функционирования СМИ.
33. Культивационная теория Д. Гербнера.
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. Сущность концепции "электронного общества" М. Маклюэна.
38. Исследования массовой коммуникации в рамках Торонтской социологической школы (Г. Иннис)
39. Идеология и ее роль в жизни общества.

40. Марксистская традиция анализа массовой коммуникации: К. Маркс, А. Грамши, Л. Альтюссер.
41. Модель "массовой паники".
42. Развитие эмпирических исследований аудитории массовой коммуникации.
43. Проблематика исследования коммуникатора массовой коммуникации.
44. Теория "спирали молчания" Э. Ноэль-Нойманн
45. Новейший постиндустриализм П. Дракера и М. Кастельса.
46. Основные принципы функционирования медиа в современном обществе
47. Изучение непрофессиональных коммуникаторов.
48. Понятие коммуникации, виды коммуникации и коммуникационных каналов.
49. Семиотический уровень коммуникации.
50. Развитие коммуникативистики и эмпирических медиаисследований в рамках Чикагской школы социологии.
51. Процесс становления массовой культуры.
52. Основные ресурсы медийного поля.
53. Интернет и как канал доставки контента: его возможности и особенности анализа.
54. Общественное мнение в современной России.
55. Контент-анализ как метод анализа содержания массовой коммуникации.

### **7.1. Основная литература:**

- Волков Ю. Г. Социология: Учебник / Ю.Г. Волков. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Альфа-М: НИЦ Инфра-М, 2012. - 464 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=339969>
- Общая социология: Учебное пособие / Под общ. ред. проф., д.ф.н. А.Г.Эфендиева. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 654 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=391318>
- Социология: Учебник / В.И. Добренчиков, А.И. Кравченко; Московский Государственный Университет им. М.В. Ломоносова (МГУ). - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 624 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=341605>

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

- Кравченко, Альберт Иванович. Социология: учеб. / А. И. Кравченко. М.: Проспект, 2009. 544 с.
- Оганян К. М. Общая социология: Учебное пособие / К.М. Оганян. - 4-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 236 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=356843>
- Краткий словарь по социологии / Авт.-сост. П.Д. Павленок. - 2-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 255 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=316166>
- Социологический словарь / Академический учебно-научный центр РАН МГУ им. М.В. Ломоносова; Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев; Уч. секр. О.Е. Чернощек. - М.: НОРМА: ИНФРА-М, 2010. - 608 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=222704>

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

- Аналитический центр Юрия Левады - <http://www.levada.ru/>
- Профессиональный портал для специалистов по связям с общественностью - <http://www.sovetnik.ru/>
- Российская ассоциация по связям с общественностью - <http://www.raso.ru/>
- Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR. - <http://www.advertology.ru/>
- Фонд общественного мнения (ФОМ) - <http://www.fom.ru>

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

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.

1. Лекционная аудитория с мультимедиапроектором, компьютером и настенным экраном.
2. Аудитория для практических занятий. Имеется следующее оборудование: компьютеры, подключенные к сети Интернет.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 030600.62 "История" и профилю подготовки не предусмотрено .

Автор(ы):

Лаптев В.В. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Идиатуллина К.С. \_\_\_\_\_

Беяев В.А. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.