Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра философии, культурологии и социологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.Б.15 Социология массовых коммуникаций»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
39.03.01 Социология
(код и наименование направления подготовки)

Социологическая теория и социальная практика
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2023

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.Б.15 Социология массовых коммуникаций*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра философии, культурологии и социологии
наименование кафедры

протокол № 6 от "7" февраля 2023 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра философии, культурологии и социологии _____ Ю.Ш. Стрелец
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
Ст. преподаватель _____ Н.В. Гончаров
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
39.03.01 Социология _____ М.Н. Лященко
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
_____
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
_____ Е.Ф. Томина
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Гончаров Н.В., 2023
© ОГУ, 2023

2

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины:

- дать студентам теоретическое и методологическое обоснование взаимодействия социальных структур общества и коммуникативных систем различных уровней;
- сформировать у студентов представление, знание и понимание специфики социальной коммуникации, ее составляющих элементов, функций и задач с целью умения выявлять социально значимые проблемы и определять оптимальные способы их решения;
- дать студентам комплексное знание об основных теориях и социологических подходах к изучению социальной коммуникации, позволяющее принимать участие в социологических исследованиях на различных уровнях и этапах их организации;
- рассмотреть современные теории информационного общества и показать значимость социально-коммуникативных параметров.

Задачи:

- ознакомить студентов с основными теоретическими понятиями в социологии массовых коммуникаций (уровни, типы коммуникации, институты коммуникации) и новыми теоретическими направлениями в исследовании социальной коммуникации;
- изучить структуру коммуникационного процесса;
- проанализировать корреляцию социальных интересов и массовокоммуникативных процессов;
- рассмотреть основные концепции информационного общества как социальной системы нового типа;
- выявить роли коммуникативных процессов в обеспечении эффективного функционирования современного общества.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.16 Общая социология*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.В.2 Социологические проблемы изучения общественного мнения, Б1.Д.В.12 Социология социальных изменений*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ОПК-3 Способен принимать участие в социологическом исследовании на всех этапах его поведения	ОПК-3-В-1 Разрабатывает и проводит социологические исследования, планирует, собирает, обрабатывает и анализирует массив первичной социологической информации ОПК-3-В-2 Обрабатывает социальную, демографическую, экономическую и другую релевантную эмпирическую информацию с привлечением широкого круга источников на основе	**Знать:** объект и предмет социологии массовых коммуникаций; основные концепции, направления, теории, категориально-понятийный аппарат; взаимосвязь между теоретической социологией, методами сбора и обработки

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
	использования современных информационных технологий, средств вычислительной техники, коммуникаций и связи	эмпирических данных; теоретико-методологические основания организации и проведения социологического исследования **Уметь:** обрабатывать массив эмпирических данных, используя средства вычислительной техники, коммуникаций и связи на основании знаний структуры массовокоммуникативного процесса с учетом технологической и технической особенности реализации коммуникационной деятельности **Владеть:** навыками планирования и осуществления проектных работ в области изучения общественного мнения, рыночных отношений, современного коммуникативного пространства в контексте тенденции глобальной диджитализации деятельности социальных институтов и общества в целом
ОПК-4 Способен выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований	ОПК-4-В-2 Демонстрирует возможности использования теоретических знаний и результатов социологических исследований для выявления социально значимых проблем; составляет отчеты, аналитические записки по результатам исследовательских работ	**Знать:** основные модели взаимодействия СМИ и аудитории, степени влияния СМИ на сознание и поведенческие установки аудитории; правила сбора, передачи, обработки и накопления информации для решения задач, связанных с социологическим исследованием массовокоммуникативных процессов **Уметь:** оценивать и применять различные социологические методы в соответствии с

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		поставленными задачами в области изучения массовокоммуникативных процессов **Владеть:** навыками практического применения знаний из области социологической теории; навыками составления отчетной документации по проведенным социологическим исследованиям

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	5 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**144**	**144**
Контактная работа:	**51,25**	**51,25**
Лекции (Л)	34	34
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);* *- написание реферата (Р);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- подготовка к практическим занятиям;* *- подготовка к рубежному контролю.*	**92,75**	**92,75**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**экзамен**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Массовые коммуникации: история и современность.	16	4	2	-	10
2.	СМК как социальный институт.	18	4	2	-	12
3.	Структура коммуникационного процесса.	18	4	2	-	12

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
4.	Средства массовых коммуникаций, государство и власть.	20	6	2	-	12
5.	СМК и аудитория.	18	4	2	-	12
6.	Социальные интересы и массовые коммуникации.	18	4	2	-	12
7.	Коммуникатор и социологические способы его изучения.	18	4	2	-	12
8.	Средства массовой информации и общественное мнение.	18	4	2	-	12
	Итого:	144	34	16	-	94
	Всего:	144	34	16	-	94

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Массовые коммуникации: история и современность. Возникновение массовых коммуникаций. Функциональный подход. Роль коммуникаций в обеспечении устойчивости социума. Коммуникации как способ формирования целей развития. Технологические и социальные революции как факторы изменений в средствах и функциях МК. Коммуникации в условиях информационнокоммуникативного общества. Глобализация массовой коммуникации.

Раздел 2. СМК как социальный институт общества. Оформление массовой коммуникации как социального института. Факторы отбора информации в деятельности информационных органов. Виды СМК: печатные, электронные и «химические». Профессиональные факторы и факторы групп интересов. Деятельность СМК как реализация интересов разных социальных субъектов.

Раздел 3. Структура коммуникационного процесса. Общая схема коммуникационного процесса. Основные элементы коммуникации. Источник (отправитель) сообщения и его основные задачи. Проблема доверия к источнику коммуникации. Кодирование и декодирование сообщения. Понятие «код». Роль характеристики получателя. Зависимость результативности коммуникации от ее влияния на получателя. Аудитория как объект информационного воздействия. Аудитория массовая и специализированная. Обратная связь как общий принцип саморазвивающихся систем. Обратная связь в коммуникации – ответная реакция получателя на сообщение источника.

Раздел 4. Средства массовых коммуникаций, государство и власть. Проблема свободы СМИ. Тоталитарная, авторитарная и демократическая, либертарианская модель взаимоотношений. Понятие «четвертой власти». Формы взаимодействия государства и средств массовой коммуникации. Способы контроля власти над СМК. Способы контроля над властью. Политические коммуникации. Модели СМИ в постсоветской России. Социальная ответственность СМК и власти. Раздел

Раздел 5. СМК и аудитория. Социальные функции массовой коммуникации. Потребление информации аудиторией: факторы и барьеры. Теории неограниченного и ограниченного влияния СМК. Одноступенчатая и двухступенчатая модели. Понятие «лидер мнений». Соотношение формирования и выражения общественного мнения. Теория активной аудитории. Социальная ответственность СМК и аудитории.

Раздел 6. Социальные интересы и массовые коммуникации. Интересы разных социальных субъектов. Коммуникативные потребности личности. Социальная структура общества и отражения интересов социальных групп в СМК. Экономические, социальные, культурные, этнические проблемы в СМИ. Социальные конфликты и роль СМИ в их разрешении. Правовые и этические формы регуляции отношений. Влияние форм собственности на деятельность информационных органов. Гарантии плюрализма мнений. Финансовая свобода и зависимость информационного канала. Социальная, политическая и коммерческая реклама в СМК.

Раздел 7. Коммуникатор и социологические способы его изучения. Содержание массовой информации и методика его изучения. Факторы воздействия информации на аудиторию. Типологии эффектов МК. Средства массовой информации и общественное мнение. Исследование аудитории –

соотношение массовых опросов и качественных методов. Электронные способы измерения аудитории. Проблема рейтинга аудитории.

Раздел 8. Средства массовой информации и общественное мнение. Роль общественного мнения в механизме функционирования демократии. Взаимодействие межличностной и массовой коммуникации в формировании общественного мнения. Опросы общественного мнения в прессе. Профессиональные требования к публикации опросов. Влияние рейтингов общественного мнения на процесс принятия решений.

4.3 Практические занятия

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1.	1.	Социальные, экономические, политические, идеологические и культурные факторы становления и развития массовой коммуникации.	2
2.	2.	Институциализация массовокоммуникативной деятельности.	2
3.	3.	Основные схемы коммуникационного процесса. Аудитория как объект воздействия и манипуляции.	2
4.	4.	Модели взаимодействия государства и СМИ.	2
5.	5.	Социальные функции массовой коммуникации. Современные СМИ и современная аудитория.	2
6.	6.	Особенности трансляции СМИ экономической, политической, социальной, культурной проблематики.	2
7.	7.	Методы социологических исследований массовокоммуникативных процессов.	2
8.	8.	Уровень доверия аудитории к предоставляемому СМИ контенту. Общественное мнение и рейтинги СМИ.	2
		Итого:	16

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Шарков, Ф. И. Медиаполитика и общественное мнение в медиапространстве : учебное пособие / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин, И. Шубрт ; под ред. Ф. И. Шаркова ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 212 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697043 (дата обращения: 28.04.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04771-8. – Текст : электронный.
2. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие : [16+] / Д. Ю. Кульчицкая. – Москва : Аспект Пресс, 2021. – 141 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615987 (дата обращения: 28.04.2023). – Библиогр.: с. 129-133. – ISBN 978-5-7567-1133-2. – Текст : электронный.
3.

5.2 Дополнительная литература

1. Кастельс, М. Власть коммуникации=Communication Power : учебное пособие : [16+] / М. Кастельс ; под науч. ред. А. И. Черных ; пер. с англ. Н. М. Тылевич, А. А. Архиповой. – 3-е изд. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 592 с. : ил. – (Переводные учебники ВШЭ). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600848 (дата обращения: 28.04.2023). – Библиогр.: с. 538 - 584. – ISBN 978-5-7598-2119-9 (в пер.). - ISBN 978-5-7598-2029-1 (e-book). – DOI 10.17323/978-5-7598-2119-9. – Текст : электронный.
2. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов : [16+] / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с. : ил. – (Учебники Высшей школы экономики). – Режим доступа: по подписке. – URL:

https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753 (дата обращения: 28.04.2023). – Библиогр.: с. 401-414. – ISBN 978-5-7598-2116-8. – Текст : электронный.
3. Зубанова, Л. Б. Рейтинговые исследования в социологии массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. Б. Зубанова ; Министерство культуры Российской Федерации, Челябинская государственная академия культуры и искусств, Культурологический факультет, Кафедра культурологии и социологии. – Челябинск : Челябинская государственная академия культуры и искусств, 2011. – 82 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=492757 (дата обращения: 28.04.2023). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

5.3 Периодические издания

Социологические исследования : журнал. - Москва : Агентство "Роспечать", 1984. - N 1-6, 1988. - N 1-6, 1990. - N 1-12, 1991. - N 1-12, 1992. - N 1-12, 1993. - N 1-12, 1994. - N 1-11, 1995. - N 1-7,9-12, 1996. - N 1-11, 1997. - N 1-6,8-11, 1998. - N 1-12, 1999. - N 1-12, 2000. - N 1-12, 2001. - N 1-12, 2002. - N 1-12, 2003. - N 1-12, 2004. - N 1-12, 2005. - N 1-12, 2006. - N 1-12, 2007. - N 1-12, 2008. - N 1-12, 2009. - N 1-12, 2013. - N 1-6, 2015. - N 1-9, 2016. - N 1-12, 2017. - N 1-6, 2018. - N 1-12, 2019. - N 1-8.

Вестник Московского Университета. Серия 18. Социология и политология: журнал. – Москва : Агентство "Роспечать", 2004. - N 1-6, 2006. - N 1-4, 2007. - N 1-2, 2013. - N 1-3, 2014. - N 1-3.

Вестник общественного мнения: журнал. - Москва : АРЗИ, 2006. - N 1-6, 2007. - N 1-3.

Социальная реальность: журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2006. - N 4-6,7-8,9-11, 2007. - N 1-10, 2008. - N 1-7,8-10.

Социологическая наука и социальная практика: журнал. - Москва : ФНИСЦ РАН, 2013. - N 1-4, 2014. - N 1-4, 2015. - N 1-4, 2016. - Т. 4, N 1-4, 2017. - Т. 5, N 1-4, 2018. - Т. 6, N 1-4, 2019. - Т. 7, N 1.

Социологический журнал: журнал. - Москва : ФНИСЦ РАН, 2010. - N 1-2, 2013. - N 1-4, 2018. - Т. 24, N 1-4, 2019. - Т. 25, N 1-2.

Социальный мир: журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2005. - N 1-48, 2006. - N 1-48, 2007. - N 2-48, 2008. - N 1-48, 2010. - N 1-24.

5.4 Интернет-ресурсы

http://www.isras.ru/ – «Институт социологии Федерального государственного бюджетного учреждения науки Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук»
http://soc.lib.ru/ – «Электронная библиотека - Социология, Психология, Управление»
https://openedu.ru/course/#query=социология – «Открытое образование», Каталог курсов, Общая социология
http://socis.isras.ru – Социологические исследования
http://jour.isras.ru/index.php/socjour – Социологический журнал
https://vestnik.socio.msu.ru/jour/index – Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология
http://www.rsuh.ru/vestnik/fsi/ – Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение
http://journals.rudn.ru/sociology – Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология
https://sociologyjournal.spbu.ru/index – Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика
http://journals.tsu.ru/philosophy – Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология
https://mirros.hse.ru – Мир России: Социология, этнология
http://recis.ru – Всероссийский научный журнал «Регион: экономика и социология»
http://jour.isras.ru/index.php/soc4m/index – Социология: методология, методы, математическое моделирование / Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Операционная система РЕД ОС
2. Пакет офисных приложений LibreOffice
3. Программная система для организации видео-конференц-связи Webinar.ru

Профессиональные базы данных и информационно справочные системы
https://wciom.ru – Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)
https://fom.ru – Фонд «Общественное Мнение»
http://www.gks.ru – Федеральная служба государственной статистики
http://ucnu.рф – институт социально-политических исследований РАН
http://www.ssa-rss.ru – Российское Общество Социологов
https://www.fnisc.ru – ФНИСЦ РАН

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Проведение лекционных, семинарского занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации по данной дисциплине в полном объеме обеспечено фондом учебных аудиторий.

Учебные аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оборудовано компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет" и обеспечено доступом к электронной информационно-образовательной среде ОГУ.