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 2025

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 2025 г.

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

Исполнители:
Доцент _____ 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
_____ С.А. Бикмишарова
личная подпись *расшифровка подписи*

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

№ регистрации _____

© Гончаров Н.В., 2025
© ОГУ, 2025

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 Социология 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: *- подготовка к практическим занятиям (вопросы для практических занятий А.1);* *- вопросы для устного опроса А.2;* *- фонд тестовых заданий А.0 (рубежный контроль);* *- написание реферата (темы для рефератов В.1);* *- выполнение индивидуального творческого задания С.1 (ИТЗ).* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);* *- изучение разделов курса в системе электронного обучения.*	**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	

№ 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
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: 13.03.2025). – 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, 2024. – 144 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=718586 (дата обращения: 13.03.2025). – Библиогр.: с. 129-133. – ISBN 978-5-7567-1133-2. – Текст : электронный.

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: 13.03.2025). – 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: 13.03.2025). – 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: 13.03.2025). – 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 для образовательных целей; Операционная система РЕД ОС. Стандартная ред.; Система виртуализации РЕД; СУБД Ред База Данных. - Режим доступа: https://redos.red-soft.ru/
2. Пакет офисных приложений LibreOffice. – Режим доступа: https://ru.libreoffice.org/
3. Яндекс. – веб-браузер, созданный компанией «Яндекс». - Режим доступа: https://yandex.ru/.
4. КонсультантПлюс [Электронный ресурс].: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс» (Договор о сотрудничестве № 183/59 от 01.04.2013 г. между ОГУ и ООО «Консультант-Оренбург»), [1992–2025]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe/
5. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2025]. Режим доступа: http://garant.net.osu.ru
6. http://edu.garant.ru/garant/study/ - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей
7. Система автоматизированной проверки текстов на наличие заимствований «Антиплагиат» (контракт № 26/44-93.1.5/40-03 и контракт № 27/44-93.1.5/40-03 от 28 декабря 2024 г, заключенных между ОГУ и ЗАО «Анти-Плагиат») - «Антиплагиат.Структура 4.0». – Режим доступа: https://osu.antiplagiat.ru/
8. Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования - АИССТ (зарегистрирована в РОСПАТЕНТ, Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2011610456, правообладатель – Оренбургский государственный университет). - Режим доступа: https://osu.aist.ru/.
9. Университетская платформа электронного обучения «Электронные курсы ОГУ в системе обучения Moodle». – Режим доступа: http://moodle.osu.ru/
10. Университетская платформа для сопровождения процедуры проведения экзаменационных испытаний с использованием дистанционных образовательных технологий. – Режим доступа: https://exam.osu.ru/
11. Платформа «DION» (Конфигурация «DION EDU») (договор № 13/223-4.2.1.35/40-03 от 14.02.2025 г.). – для проведения онлайн мероприятий и видеоконференций

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.

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

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.