

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Кемеровский государственный университет»

Новокузнецкий институт (филиал)

Факультет экономический

Кафедра социологии и философии



Рабочая программа дисциплины
БЗ.В.ОД.14 Социология средств массовой информации

Направление подготовки

39.03.01 Социология

Направленность (профиль) подготовки

Социология коммуникаций

Программа

академического бакалавриата

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

очная

Год набора 2014

Новокузнецк 2017

Сведения об утверждении:

Рабочая программа дисциплины утверждена Ученым советом экономического факультета

(протокол Ученого совета факультета № 9 от 09.03.2017 г.)

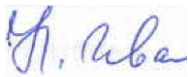
Одобрена на заседании методической комиссии

(протокол методической комиссии экономического факультета № 7 от 28.02.2017 г.)

Одобрена на заседании кафедры социологии и философии

(протокол № 5 от 06.02.2017 г.)

Зав. кафедрой



Н. А. Иванова

Оглавление

1.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2.	Место дисциплины в структуре ОПОП	5
3.	Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
3.1.	Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)	6
4.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
4.1.	Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)	6
4.2.	Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)	7
5.	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	9
6.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
6.1.	Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине	10
6.2.	Типовые контрольные задания или иные материалы	10
6.3.	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	16
7.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины а) основная учебная литература б) дополнительная учебная литература	17
8.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины	17
9.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	18
10.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	18
11.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	18
12.	Иные сведения и (или) материалы	18
12.1.	Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	18
12.2.	Занятия, проводимые в интерактивных формах	19

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Курс ставит своей **целью** изучение новейших тенденций развития СМИ в России и в мире, теоретических подходов в исследованиях СМИ, анализа деятельности СМИ.

Задачи:

1. Рассмотрение социологических аспектов СМИ.
2. Изучение различий СМИ по их целевому назначению.

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Социология СМИ»:

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1	способность самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий	Знать: источники данных в области социологии СМИ; методы анализа СМИ: медиаконтента (контент-анализ, структурный, дискурсивный анализ), медиапроизводства (этнография, феноменология, этнометодология медиапроизводства), медиаэффектов (наблюдение, эксперимент, опросные методы); требования к подготовке экспертных заключений и рекомендации с учетом специфики разных видов СМИ источники вторичных данных о деятельности СМИ (результаты мониторингов, медиаметрии, сборники результатов эмпирических исследований медиа); методы сетевых измерений и сетевого моделирования. Уметь: анализировать данные в области социологии СМИ и медиадеятельности; формировать аналитические заключения и рекомендации по результатам анализа; проектировать медиадеятельность с учетом результатов социологических измерений (формировать контент СМИ, разрабатывать медиапланы, управленческие стратегии). Владеть: навыками анализа явлений в области современных российских СМИ; способностью разрабатывать и представлять экспертные и аналитические решения в области СМИ для коммерческих и общественных организаций, государственных органов.
ПК-4	умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций	Знать: принципы планирования социологических исследований в области исследования СМИ и других медиа классические и современные теории СМИ: теории доминирования, плюралистические теории, нормативные теории, теории медиапроизводства, критические теории, теории медиаэффектов, теории современных сетевых медиа. типологию и структуру современных СМИ, историю и особенности их видов: массовой печати, радио- и телевидения, интернет-СМИ; современные тенденции развития мировых и российских СМИ и концепции информационного общества; методологические школы исследования СМИ. Уметь: анализировать данные, относящиеся к разным

		компонентам СМИ, к этапам медиапроизводства и медиапотребления (исследования медиакоммуникатора, передачи и контента сообщений, аудитории, потребления СМИ). Владеть: основами медиаметрии; способностью разрабатывать исследовательские проекты в области социологии СМИ; способностью проектировать аспекты деятельности СМИ на основе аналитических.
ПК-12	способность разрабатывать основанные на результатах проведенных исследований предложения и рекомендации по решению социальных проблем, по согласованию интересов социальных групп и общностей	Знать: основы социологии коммуникаций; особенности управления проектами в сфере массовой коммуникации; функции, методы и технологии работы с сфере массовой коммуникации. Уметь: применять соответствующие целям конкретного исследования методы сбора и анализа данных; использовать средства логического анализа при решении исследовательских и прикладных задач в сфере массовой коммуникации. Владеть: навыками использования методов сбора и анализа данных в социологическом исследовании; навыками анализа коммуникационных проблем.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Социология СМИ» относится к базовой части учебного плана, преподается в 5 семестре 3-го курса и рассчитан на обучающихся, прослушавших курсы по основам социологии, социологии коммуникаций, методологии социологических исследований.

Дисциплина «Социология СМИ» участвует в формировании компетенций в последовательности изучения по семестрам совместно с дисциплинами:

ПК-1:

1 семестр	Б1.Б.10 Современные информационные технологии в социальных науках
4 семестр	Б1.Б.16 Экономическая социология
6 семестр	Б1.Б.18 Политическая социология
4 семестр	Б1.В.ОД.4 Социология культуры
3 семестр	Б1.В.ОД.5 Социология образования
6 семестр	Б1.В.ОД.6 Социология семьи и гендера
6 семестр	Б1.В.ОД.17 Массовая коммуникация
2 семестр	Б2.У.1 Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков
4 семестр	Б2.Н.1 Научно-исследовательская работа
8 семестр	Б3 Государственная итоговая аттестация

ПК-4

1,2 семестр	Б1.Б.8 Высшая математика
3 семестр	Б1.Б.9 Теория вероятностей и математическая статистика
1,2 семестр	Б1.Б.12 Основы социологии
7 семестр	Б1.В.ОД.2 Теория измерений в социологии
5 семестр	Б1.В.ОД.15 Социология средств массовой информации
6 семестр	Б1.В.ДВ.1.1 Анализ данных в социологии
6 семестр	Б1.В.ДВ.3.2 Методы маркетинговых исследований
8 семестр	Б1.В.ДВ.11.2 Медиапланирование
8 семестр	Б2.П.3 Преддипломная
8 семестр	Б3 Государственная итоговая аттестация

ПК-12:

6 семестр	Б1.Б.18 Политическая социология
5 семестр	Б1.Б.19 Социология управления
5 семестр	Б1.В.ОД.3 Социология коммуникаций
7 семестр	Б1.В.ОД.15 Политические коммуникации и политтехнологии
7 семестр	Б1.В.ДВ.3.3 Социальные технологии работы с молодежью
6 семестр	Б1.В.ДВ.8.1 Социология города
6 семестр	Б1.В.ДВ.8.2 Социология труда
7 семестр	Б1.В.ДВ.9.1 Социоллингвистика
7 семестр	Б1.В.ДВ.9.2 Психоллингвистика
6 семестр	Б2.П.1 Практика по получению профессиональных умений и навыков

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов.

3.1 Объём дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Объём дисциплины	для очной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	36
Аудиторная работа (всего):	36
в т. числе:	
Лекции	18
Семинары, практические занятия	18
В том числе в активной и интерактивной формах:	-
Внеаудиторная работа (всего):	72
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	72
Вид промежуточной аттестации обучающегося (экзамен)	36

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

мг (всего часов)						
№	Раздел дисциплины	Общая трудо- е- м- к- о- с- т- ь	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и тру- доемкость (в часах)			Формы те- кущего контроля успеваемо- сти
			Аудиторные учебные занятия		Самосто- ятельная работа обучаю- щихся	
			Лек- ции	Семи- нары и лабора- торные работы		
1	Предмет социологии СМИ	16	3	3	10	собеседо- вание, тест
2	Обзор теорий массовой ком- муникации и СМИ.	16	3	3	10	собеседо- вание, тест
3	История и современное со- стояние СМИ в России	16	3	3	10	собеседо- вание, тест

4	Исследования производства медиа-продукции	16	3	3	10	собеседование, тест
5	Исследования содержания медиа-продукции	16	3	3	10	собеседование, тест, практическое задание
6	Исследования потребления медиа-продукции	14	2	2	10	собеседование, тест, практическое задание
7	Специфика институтов СМИ: прессы, телевидения, радио, Интернет-СМИ	14	1	1	12	собеседование, тест
	Экзамен	36				
Итого		144	18	18	72	

4.2 Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Содержание лекционных занятий

№	Наименование темы дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Предмет социологии СМИ	Понятия социальной информации. Понятие средств массовой информации. Предмет и метод социологии СМИ. Сущность социологического подхода в изучении СМИ. Проблематика исследований СМИ в социологии.
2	Обзор теорий массовой коммуникации и СМИ.	Ранний период: структурный функционализм, преобладание интереса к медиа-эффектам, ориентация методологии на естественные науки, количественные методы и прикладные исследования, имплицитный нормативизм. Гарольд Лассуэл, Лазарсфельд, Берельсон, Годэ. Второй период: интерес к медиа-производству и медиа-контенту, к качественным методам и общей методологии гуманитарных наук. Гэй Такман, Джеймс Кэйри и др. Современное состояние теории СМИ. Постмодернизм (Бодрийяр, Фиск и др.), концепции информационного общества (Маклюэн, Кастельс и др.), новые исследования аудитории (Кац-Либс, Лалл и др.) Перспективы развития теорий СМИ.
3	История и современное состояние СМИ в России	Становление СМИ как социального института в мире и в России, связь этого процесса с индустриализацией, урбанизацией и зарождением массовой культуры. Трансформация медиа-системы в 1990-е годы: принятие первого закона о печати, отмена цензуры и установление права граждан на создание СМИ. Тенденции: интенсивный импорт медиа-продукции в развлекательном секторе, зарождение рынка коммерческой рекламы, ренационализация общероссийского ТВ и других СМИ, централизация контроля над СМИ, «деполитизация» СМИ и рост развлекательного сектора и рекламного рынка. Рост отечественного производства развлекательной продукции, собственного

		шоу-бизнеса и переход аудитории от ориентации на чтение к телесмотрению.
4	Исследования производства медиа-продукции	Возможные типологии исследований производства медиа-продукции: схемы Шумейкер-Риза и МакКуэйла. Индивидуальный уровень анализа производства: влияние вкусов, эмоций, политических предпочтений и профессиональных идентичностей. Уровень профессиональных практик: влияние структуры жанра (Гэй Такман) и организации производства (Мюриэл Кантор). Уровень организации и медиа-индустрии (Дж. Дэвис и типология управленческих стратегий, Дж. Туров и типология агентов внутри медиа-индустрии). Уровень экстра-медийных влияний: политэкономические подходы (Тансталл и Палмер и др.), типология экстра-медийных агентов (Кольцова), роль источников в производстве новостей (Эриксон и соавт.) Уровень идеологии и господствующих ценностей (Герман и Чомски «Производство согласия», Ноэль-Нойман «Рождение спирали молчания», работы Стюарта Холла и Бирмингемской школы).
5	Исследования содержания медиа-продукции	Возможности и ограничения количественного и качественного анализа медиа-контента. Источники современных подходов к анализу контента. 1. Семиотика и дискурс-анализ. Ф.Соссюр и зарождение структурного анализа речи. Ч.С.Пирс и его типология знаков. Роль русской семиотической школы и работ В.Проппа. К.Леви-Стросс и применение семиотики для анализа мифов. Позднейшая экстраполяция семиотических методов для анализа массовой культуры и медиа-контента. Ролан Барт и его влияние на теории массовой коммуникации. 2. Фрэйм-анализ И.Гоффмана и анализ повседневного диалога Г.Гарфинкеля. 3. Аналитическая философия языка и теории коммуникативного действия. Применение указанных теорий для анализа СМИ. Уровень лексем.Уровень предложений. Уровень макро-структур текста. Комплексные исследования: Медиа-группа университета Глазго (о структурных механизмах появления искажения в освещении забастовок в Великобритании); Герман и Чомски (об искажении в освещении выборов в Латинской Америке прессой США). Альтернативные подходы: от разоблачения скрытой пропаганды к анализу полисемии медиа-текста и открывающихся возможностей для интерпретации его аудиторией (Дж. Фиск и применение категорий Барта для анализа телевизионного контента).
6	Исследования потребления медиа-продукции	Типология исследований потребления медиа-продукции (МакКуэйл). Ранние измерения эффектов, бихевиоризм. Лазарсфельд, концепция двуступенчатого потока информации и понятие лидера мнения. Кац и Лазарсфельд: понятие «вмешивающихся переменных» в процессе МК. Концепции, корректирующие ранние теории о влиянии СМК на общество. Джозеф Клаппер и понятие селективности. Под-

		ход Uses and Gratifications (как основа для будущих «новых исследований аудитории»). 3. Комбс, Шоу и концепция установления повестки дня. Соотнесение с типологией прочтений Стюарта Холла. Новые исследования аудитории. Джон Фиск и идея активной аудитории. Джеймс Лалл и этнография аудиторий. Дэвид Морлей (Бирмингемская школа). Тамар Либс и Элью Кац «Кросс-культурное чтение «Далласа» и его значение для теории СМК. Аннабель Среберни-Мохаммади и зарождение интереса к малым медиа.
7	Специфика институтов СМИ: прессы, телевидения, радио, Интернет-СМИ	Специфика разных видов СМИ. Типологии СМИ. Социальные функции разных видов СМИ в России и на Западе. Особенности рекламы в разных видах СМИ.

4.3 Содержание практических занятий

Номер раздела дисциплины	Темы практических занятий
1	1. Базовые понятия социологии СМИ 2. Основные модели СМИ
2	3. Модели доминирования 4. Плюралистические модели 5. Критическая теория 6. Политэкономические теории СМИ 7. Теории эффектов СМИ 8. Теория установления повестки дня
3	9. История зарубежных СМИ 10. История российских СМИ
4	11. Основные направления исследований производства медиа-продукции. Основные управленческие стратегии в медиа-организациях 12. Структура новостей.
5	13. Основные направления исследований содержания медиа-продукции. 14. Структурный, семиотический, дискурсивный анализ СМИ
6	15. Медиаизмерения. Методики расчета 16. Исследования аудитории СМИ
7	17. Специфика телевидения 18. Специфика прессы 19. Специфика радио 20. Специфика Интернет-СМИ

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Календарный учебный график, определяющий сроки и форму текущих и промежуточных аттестаций.
2. Расписание экзаменов, определяющее сроки итоговой аттестации.
3. Материалы, определяющие содержание аттестации, включающие:
 - Рабочую программу учебной дисциплины «Социология СМИ» (содержание дисциплины по разделам и темам);
 - Конспект лекций по дисциплине;
 - Задания для самостоятельной работы (темы семинарских занятий, контрольные вопросы);
 - Методические указания к подготовке курсовой работы;

- Материалы для проведения текущей и итоговой аттестации по дисциплине, включающие тестовые задания, вопросы к экзамену.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Код контролируемой компетенции и ее формулировка	Наименование оценочного средства
1	Предмет социологии СМИ	ПК-1, ПК-4, ПК-12	собеседование, тест
2	Обзор теорий массовой коммуникации и СМИ.	ПК-1, ПК-4, ПК-12	собеседование, тест
3	История и современное состояние СМИ в России	ПК-1, ПК-4, ПК-12	собеседование, тест
4	Исследования производства медиа-продукции	ПК-1, ПК-4, ПК-12	собеседование, тест
5	Исследования содержания медиа-продукции	ПК-1, ПК-4, ПК-12	собеседование, тест, практическое задание
6	Исследования потребления медиа-продукции	ПК-1, ПК-4, ПК-12	собеседование, тест, практическое задание
7	Специфика институтов СМИ: прессы, телевидения, радио, Интернет-СМИ	ПК-1, ПК-4, ПК-12	собеседование, тест

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

6.2.1 Примерные темы курсовых работ по дисциплине

- Анализ социальной значимости интернет-коммуникаций в среде студенческой молодежи
- Анализ этнических стереотипов в СМИ
- Аудитория регионального телевидения: социологическая характеристика
- Вестернизация российского телевидения
- Восприятие интернет-насилия молодежью
- Восприятие образа красоты по материалам гляцевых журналов.
- Интернет-сообщество как механизм профориентационной работы вуза
- Информационная безопасность студентов в условиях сетевых коммуникаций
- Ислам как мировая религия в отражении российских СМИ
- Конструирование феномена "шопоголизма" в СМИ
- Образ ислама в современных российских СМИ
- Образ меценатства в СМИ: сравнительный аспект
- Образ России в переводных материалах мировых СМИ
- Образ Русской православной церкви в СМИ
- Образ семьи в российской и зарубежной рекламе продуктов питания.
- Образ семьи по материалам российской печати.
- Образ современного студента в телесериале "Универ"
- Гендерные стереотипы в среде подписчиков сообщества "MDK" в социальной сети "Вконтакте"
- Гендерные стереотипы, транслируемые женскими гляцевыми журналами
- Образы ведущих новостных программ в экспертных оценках
- Освещение выборов Кемеровской области г.Новокузнецка в местной прессе
- Освещение деятельности религиозных сект современной российской прессой

- Освещение октябрьских событий в Бирюлево государственными и частными телеканалами
- Приемы манипуляции в женских журналах
- Репрезентация иностранной миграционной политики в российских СМИ
- Репрезентация социальной ответственности вузов Новокузнецка в прессе
- Родительский контроль за использованием Интернета школьниками
- СМИ о проблемах инвалидов в России
- Социокультурный портрет модного блогера
- Сравнительный анализ коммуникативных тактик освещения региональных новостей в федеральных и региональных новостных телепрограммах

6.2.2. Экзамен: примерный перечень вопросов

	Наименование раздела, тем дисциплины	Вопросы к экзамену
1	Предмет социологии СМИ	1. Предмет социологии СМИ. Предпосылки возникновения социологии СМИ. 2. Характеристики элементов СМИ: коммуникатора, аудитории, канала, информации. 3. История социологии СМИ.
2	Обзор теорий массовой коммуникации и СМИ.	4. Классификации концепций СМИ. 5. Модели доминирования и плюралистические модели СМИ: сравнительная характеристика. 6. Пропагандистские модели СМИ: Г.Лассуэл, У.Липманн, Дж.Дьюи. 7. Марксистская и политэкономическая модели СМИ. 8. Концепции СМИ Франкфуртской школы. 9. Концепции СМИ Бирмингемской школы. 10. Функциональный анализ СМИ.
3	История и современное состояние СМИ в России	11. Тенденции развития СМИ в XX в. 12. История развития отечественных СМИ. 13. История развития зарубежных СМИ. 14.
4	Исследования производства медиа-продукции	15. Американская модель доминирования СМИ: Ч.Р. Миллс. 16. Двухступенчатая модель СМИ П.Лазарсфельда. 17. Факторы, опосредующие воздействие СМИ: Дж.Клаппер. 18. Концепция повестки дня М.Маккомба и Д.Шоу. 19. Исследования влияния на медиапроизводство. Классификация влияний П.Шумейкер, С.Риза. 20. Основные агенты влияния на производство контента СМИ. 21. Типологии новостей: Джеймисона и Кэмпбелла, Такман.
5	Исследования содержания медиа-продукции	22. Методы анализа сообщений СМИ: общий обзор. 23. Основные качественные методы анализа текстов СМИ. 24. Структурный анализ контента СМИ. 25. Семиотический анализ контента СМИ. 26. Дискурсивный анализ контента СМИ.
6	Исследования потребления медиа-продукции	27. Активационные теории аудитории СМИ. 28. Стратегии отношения людей к СМИ: Х.Мюнстер. 29. История исследований аудитории СМИ. 30. Направления исследований аудитории СМИ. 31. Медиаизмерение: методы, основные понятия. 32. Исследования эффектов СМИ: прайминга, культивации, диффузии инноваций.

7	Специфика ин- ститутов СМИ: прессы, телеви- дения, радио, Ин- тернет-СМИ	33. Типологический анализ СМИ. 34. Особенности телевидения как СМИ. 35. Функции телеэкрана, телевидение как фактор социализации. 36. Сущность телевидения в феноменологической парадигме. 37. Телевидение как форма социального знания. 38. Общая характеристика печатных СМИ. 39. Специфика поведения аудитории печатных СМИ. 40. Структура интересов аудитории журналов. 41. Форма и содержание российских журналов. 42. Структура российского радиовещания. 43. Особенности коммерческого радиовещания. 44. Общая характеристика Интернет-СМИ. 45. Проблемы функционирования Интернет-СМИ. 46. Функции Интернет-СМИ 47. Особенности рекламы в разных видах СМИ.
---	--	--

6.2.3. Примерные тестовые задания по курсу «Социология СМИ»

Раздел 1

- Одной из предпосылок развития социологии СМИ является медиадиффузия (Э.Тоффлер), определяемая как...
 - а) медиатизация общественных отношений;
 - б) коммодификация сфер общественной жизни;
 - в) проникновение СМИ в другие сферы общественной жизни;
 - г) взаимопроникновение разных СМИ.
- Выберите из предложенных вариантов подходы к определению понятия "массы" в контексте массовой информации (*все подходящие варианты*):
 - а) оппозиция "элите";
 - б) просвещенная публика;
 - в) квазигруппа;
 - г) оппозиция "экспертам";
 - д) необразованные слои.
- К свойствам коммуникатора в случае массовой информации относят (*все подходящие варианты*):
 - а) высокий профессионализм;
 - б) массовость;
 - в) корпоративное производство;
 - г) ангажированность;
 - д) институционализированность.
- Свойство мультиплицирования массовой информации означает:
 - а) синхронизацию сообщений;
 - б) возможность тиражирования сообщений;
 - в) одновременность доставки сообщения;
 - г) преодоление пространства.
- Согласно Д.Маккуэйлу, отличие медиа от средств массовой информации состоит в...
 - а) возможности использовать медиа в личных целях;
 - б) коммерциализации медиа;
 - в) объективности средств массовой информации;
 - г) технологии передачи сообщений.

Раздел 2

- Концепции производства, потребления, распространения контента выделяют по основанию...
 - а) исследуемых эффектов;
 - б) компонентов коммуникации;
 - в) этапов коммуникации;
 - г) участников коммуникации.
- Концепции спирали умолчания, повестки дня относят к...
 - а) критическим;
 - б) конструкционистским;
 - в) постмодернистским;
 - г) нормативным.

8. Нормативная теория медиа, предполагающая, что медиа автономны и имеют право размещать любой контент, который может быть востребован аудиторией, называется...
9. Распределите концепции СМИ по классам:
- | | |
|---------------------------------------|---------|
| а) неомарксизм; | [] |
| б) коммуникативистика П.Лазарсфельда; | [] |
| в) структурализм; | [] |
| г) "волшебной пули"; | [] |
| д) повестки дня. | [] |
| е) политэкономические; | [] |
| ж) феноменологические. | [] |
| з) радикальный либерализм. | [] |
- 1 – доминирования, 2 – плюралистические.
10. Эмпирическое исследование П.Лазарсфельда "Влияние СМИ на аудиторию" показало, что под влиянием СМИ полностью сменили предпочтения...
- | | |
|----------------------|--------------------------------|
| а) 30% респондентов; | г) 5% респондентов; |
| б) 22% респондентов; | д) таких респондентов не было. |
| в) 16% респондентов; | |
11. "5 гипотез Клаппера описывают":
- | |
|---|
| а) избирательность медиапотребления; |
| б) воздействие на СМИ агентов влияния; |
| в) факторы воздействия СМИ на аудиторию; |
| г) принципы формирования медийной повестки дня. |
12. Концепция, согласно которой СМИ полностью контролирует аудиторию и само контролируется властными структурами, носит название...
- | | |
|------------------------|--------------------------|
| а) "приводного ремня"; | в) "подкожной инъекции"; |
| б) "волшебной пули"; | г) все перечисленное. |

6.2.4 Примерные вопросы для собеседования по разделам дисциплины

Предмет социологии СМИ	1. Дефиниция понятий "СМИ", "медиа". 2. Генезис массовых коммуникаций. 3. Функция СМИ в современном обществе. Понятие новостного горизонта.
Обзор теорий массовой коммуникации и СМИ.	4. Понятие нормативных теорий СМИ. 5. Основные нормативные теории, их идеологическое обоснование и прикладное применение. 6. Модель влияния Г.Лассуэлла. 7. Политэкономический подход к анализу СМИ. 8. Семиотическое доминирование СМИ.

6.2.4 Примерные задания на практические работы

Раздел 6. Исследования потребления медиа-продукции

Задание на практическую работу по социологии СМИ

Тема – исследования аудитории

Цель – провести измерение аудитории, описывающее медиапотребление одного из каналов СМИ.

Выборка, она же ГС - семья или другая неформальная группа объемом не менее 3х человек, включая исследователя.

Задачи:

1. Выбрать канал массовой информации (ТВ, радио, интернет или пресса).
2. Разработать инструментарий определения:

2.1. Медиапотребление в разрезе разных СМИ данного канала – теле/радиоканалов, сайтов, газет/журналов:

2.1.1. количественные показатели: частота медиапотребления (для радио и ТВ по-стараться выделить локальное и когнитивное потребление), длительность медиапотребления (контакта со СМИ), для прессы – кол-во экземпляров издания, прочитанных за период; для интернета – частота и длительность посещения сайтов, для всех - общего стажа медиапотребления.

2.1.2. качественные показатели: способы получения и места потребления контента.

2.2. Отношения к СМИ:

2.2.1. мотивы обращения к СМИ,

2.2.2. степень доверия,

2.2.3. оценка контента,

2.2.4. пожелания к содержанию СМИ.

3. По мотивам измерения:

3.1. определить рейтинги разных СМИ данного канала в выборке,

3.2. описать отношение данной аудитории к СМИ.

Методология измерения – произвольная, рекомендуется сочетать формализованные методы (дневники, формализованное наблюдение) и качественные (интервью, групповая дискуссия). Содержание категорий отношения к СМИ устанавливается исследователем.

Результат представляется в виде небольшого отчета, содержащего методологию и результат измерения (3-5 страниц, шрифт 12, интервал 1,5), остальное оформление – произвольное. Картинки и цитаты приветствуются.

Краткая характеристика используемых оценочных средств

Оценочное средство	Критерии оценки	Шкала оценивания
Собеседование	Уровень овладения компетенциями ПК-1, ПК-4, ПК-12, в т.ч. • Полнота знаний теоретического контролируемого материала, • Умение работать с современными источниками знаний научного и методического характера.	• 4 балла – обучающийся полностью овладел материалом, полно и структурированно отвечает на контрольные вопросы; • 3 балла – обучающийся овладел большей частью материала, допускает ошибки при ответе на контрольные вопросы или не может ответить на некоторые вопросы; • 2 балла – обучающийся отвечает на некоторые контрольные вопросы, допускает значительные ошибки в понимании материала; • 1 балл – частично ознакомлен с материалом; • 0 баллов – не владеет материалом.
Тест	Уровень овладения компетенциями ПК-1, ПК-4, ПК-12, ПК-2, СПК-8, в т.ч. • Количество правильных ответов.	• 1-3 балла за каждый правильный ответ с учетом сложности вопросов
Практическое задание	Уровень овладения компетенциями ПК-1, ПК-4, ПК-12, в т.ч. • Полнота знаний теоретического	• 4 балла – учебная задача выполнена полностью, с использованием адекватного метода и творческого подхода к ее выполнению; • 1-3 балла – задача выполнена частично;

	контролируемого материала, • Способность применять полученные умения самостоятельно и под руководством преподавателя • Умение ориентироваться в спектре методов решения задачи.	• 0 баллов – задача не решена или решена неправильно.
Курсовая работа	Уровень овладения компетенциями ПК-1, ПК-4, ПК-12, в т.ч. • Полнота знаний теоретического контролируемого материала • Способность применять полученные умения самостоятельно	• «Отлично»: глубокая научная разработанность предметного поля, качественное выполнение эмпирического исследования, включая правильность и обоснованность применяемых методов и методик, представление результатов исследования согласно методическим указаниям, соответствующее требованиям оформления текста курсовой работы, обоснованные и подробные ответы на вопросы комиссии по приёму курсовой работы. • «Хорошо»: допущены незначительные ошибки в планировании эмпирического исследования или представлении его результатов, в оформлении текста работы; даны недостаточно полные ответы на вопросы комиссии по приёму курсовой работы. • «Удовлетворительно»: допущены значительные ошибки в планировании эмпирического исследования или представлении его результатов, ответы на вопросы комиссии по приёму курсовой работы не раскрывают знания теоретического или практического материала, • «неудовлетворительно»: допущены грубые ошибки в планировании эмпирического исследования или представлении его результатов, не даны содержательные ответы на вопросы комиссии по приёму курсовой работы, оформление текста работы не соответствует методическим указаниям.
Экзамен	Уровень овладения компетенциями ПК-1, ПК-4, ПК-12, в т.ч. • Полнота знаний теоретического и практического контролируемого материала,	• «Отлично»: систематизированные, глубокие и полные знания по всем поставленным вопросам в объеме учебной программы; все зачетные лабораторные работы, предусмотренные настоящей программой. • «Хорошо»: достаточно полные и систематизированные знания в объеме учебной программы, активная

	• Качество выполнения лабораторных и контрольных работ; • Качество и активность работы на семинарских занятиях.	самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, все зачтенные лабораторные работы, предусмотренные настоящей программой. • «Удовлетворительно»: достаточный объем знаний, предусмотренных учебной программой дисциплины; выполнение не менее 50% контрольных и лабораторных работ, • «неудовлетворительно»: недостаточно полный объем знаний, предусмотренных учебной программой дисциплины; пассивность на практических и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.
--	--	--

6.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося. Процедура оценивания компетенций обучающихся осуществляется следующим образом. На практических занятиях обучающиеся проходят собеседование (устный опрос) и дискутируют по контрольным вопросам темы, выполняют учебные задачи и контрольные работы. Во внеаудиторное время обучающиеся готовятся к собеседованию, используя обязательные и рекомендованные научные источники, и выполняют лабораторные задания. В конце освоения дисциплины обучающиеся выполняют итоговый тест. Студенты, набравшие по окончании семестра 80 и более баллов, при условии выполнения всех лабораторных работ, предусмотренных программой дисциплины, получают отметку "отлично" за итоговую семестровую аттестацию (экзамен).

Система балльной оценки освоения дисциплины:

№ п./пп.	Вид работ	Баллы
1	Посещаемость занятий	2 балла за посещение 100% занятий
2	Работа на семинарских занятиях (собеседование)	1-4 балла
3	Контрольные работы	1-4 балла
4	Практические задания	1-4 балла
5	Итоговый тест	0-25 баллов

Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице.

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1	Собеседование	Собеседование – средство контроля, организованное как беседа преподавателя с обучающимися по изучаемой теме, направленное на выяснение его объема знаний по ней.	Вопросы по разделам дисциплины
2	Тест	Проводится на заключительном практическом занятии. Позволяет оценить уровень	Фонд тестовых заданий

		знаний студентами теоретического материала по дисциплине. Осуществляется на бумажных носителях по вариантам. Количество вопросов в каждом варианте - 20. Отведенное время на подготовку – 60 мин.	
3	Практическое задание	Выполняется обучающимся самостоятельно, дома. Позволяет контролировать способность самостоятельно выполнять сложные комплексные задания. Результат сдается в электронном виде.	Задание
4	Экзамен	Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса, в форме ответов на вопросы билета. При выставлении оценок учитывается работа на семинарских занятиях. Аудиторное время, отведенное на подготовку - 30 мин.	Комплект билетов к экзамену

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1 Березкина, О. П. Социально-психологическое воздействие СМИ. [Текст] : учебное пособие для вузов / О. П. Березкина - М. : Академия, 2009. - 240 с.

2 PR: методы работы со средствами массовой информации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Б. Р. Мандель. – Электронные текстовые данные. - Москва: Вузовский учебник, 2012. - 205 с. – Режим доступа: <http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=421194>

Дополнительная литература

1 Баранова, Е.В. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.В. Баранова. - Электронные текстовые данные. - Минск : Вышэйшая школа, 2012. - 176 с. - ISBN 978-985-06-2072-9. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=136231>

2 Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Г. Киселёв. - Электронные текстовые данные. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719>

3 Ключев, Ю.В. Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.В. Ключев. - Электронные текстовые данные. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 100 с. - Библиогр.: с. 90-94. - ISBN 978-5-4475-6023-2 . – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884>

4 Медиа: введение [Электронный ресурс] : учебник / под ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю. В. Никуличев. - 2-е изд. - Электронные текстовые данные. – Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

ресурс] : учебник / А.Г. Киселёв. - Электронные текстовые данные. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719>

Сидоров, В. А. 10 Рассуждений о социологии журналистики [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Сидоров. - Электронные текстовые данные. – Санкт-Петербург : Петрополис, 2012. - 312 с. : ил. Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-96-76-0456-0. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=25509>

Периодические издания

«Социология: 4М», «Социологический журнал», «Социологические исследования».

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

- Библиотека РГИУ. – Режим доступа: <http://sbiblio.com>
- Университетская информационная система России: www.uisrussia.msu.ru
- Электронная библиотека социологического факультета МГУ: www.lib.socio.msu.ru/i/library
- Электронно-библиотечная система издательства «Лань»: <http://e.lanbook.com>
- Электронно-библиотечная znanium.com

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

9.1. Подготовка к лекционным и семинарским занятиям

На лекционных занятиях студент ведет конспект лекции, не забывая уточнять интересующие его детали и делать пометки о вопросах, с которыми он хотел бы ознакомиться более детально. Лекционный курс социологии потребления требует от студента активного участия в лекционном процессе, так как затрагивает не только сферу его возможной дальнейшей профессиональной деятельности, но и тесно связан с его, студента, повседневностью.

Подготовка к семинарским занятиям по дисциплине происходит в форме детального ознакомления с обязательной литературой согласно заданиям на семинарские занятия, и ознакомления с дополнительной литературой.

Так как подготовка к семинарским занятиям предполагает ориентацию в обширных социологических текстах, настоятельно рекомендуется подготовка конспектов, тезисно отражающих их содержание.

9.2. Подготовка к контрольным мероприятиям

Текущий контроль осуществляется в виде устных, тестовых опросов по делам дисциплины. При подготовке к опросу обучающиеся должны освоить теоретический материал по блокам тем, выносимых на этот опрос. При подготовке в экзамену необходимо ориентироваться на лекционный материал и учебную литературу, рекомендованную преподавателем.

9.3 Подготовка курсовой работы

Курсовая работа по дисциплине выполняется в течение последнего семестра освоения дисциплины под руководством преподавателя и представляет собой письменный отчет о самостоятельно проведенном теоретическом или эмпирическом социологическом исследовании. Содержание и оформление курсовой работы должно соответствовать методическим указаниям по подготовке курсовых работ по направлению 39.03.01 Социология в НИФ КемГУ. Тему курсовой работы студент согласует с её руководителем в течение первых двух недель семестра; результат выполнения курсовой работы представляется студентом в письменной и в устной форме (доклад и ответы на вопросы) до экзамена по дисциплине.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Мультимедийная презентация лекционного материала с использованием электронного конспекта слайд-лекций.
2. Связь через Интернет для рассылки заданий на семинарские занятия и лабораторные работы, для получения выполненных лабораторных работ, консультирования по вопросам, возникающим в ходе самостоятельной работы.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Аудитории, оснащенные мультимедиапроекторами и экранами.
2. Компьютерные презентации.

12. Иные сведения и (или) материалы

12.1 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными

возможностями здоровья

- Особенности реализации программы курса для инвалидов и людей с ограниченными возможностями здоровья зависит от состояния их здоровья и конкретных проблем, возникающих в каждом отдельном случае.

- При организации образовательного процесса для слабослышащих студентов от преподавателя курса требуется особая фиксация на собственной артикуляции. Говорить следует немного громче и четче.

- На занятиях преподавателю требуется уделять повышенное внимание специальным профессиональным терминам, а также к использованию профессиональной лексики. Для лучшего усвоения слабослышащими специальной терминологии необходимо каждый раз писать на доске используемые термины и контролировать их усвоение.

- В процессе обучения рекомендуется использовать разнообразный наглядный материал.

- В процессе работы со слабовидящими студентами педагогическому работнику следует учитывать, для усвоения информации слабовидящим требуется большее количество повторений и тренировок по сравнению с лицами с нормальным зрением.

- Информацию необходимо представлять в том виде, в каком ее мог бы получить слабовидящий обучающийся: крупный шрифт (16-18 пунктов). Следует предоставить возможность слабовидящим использовать звукозаписывающие устройства и компьютеры во время занятий по курсу. При лекционной форме занятий студенту с плохим зрением следует разрешить пользоваться диктофоном - это его способ конспектировать.

- В работе с маломобильными обучающимися предусматривается возможность консультаций посредством электронной почты.

12.2 Занятия, проводимые в интерактивных формах

№	Раздел и тема занятия	Вид занятия	Форма проведения занятия
1	2	3	4
1. Обзор теорий массовой коммуникации и СМИ			
2	Модели доминирования	лекция. практика	Проблемная лекция
2. История и современное состояние СМИ в России			
3	История российских СМИ	лекция. практика	Проблемная лекция
3. Исследования производства медиа-продукции			
4	Теория установления повестки дня	лекция. практика	Проблемная лекция
4. Исследования содержания медиа-продукции			
5	Структурный, семиотический, дискурсивный анализ СМИ	лекция. практика	Проблемная лекция

Составитель: А. А. Маляр, ст. преподаватель кафедры социологии и философии