

Подписано электронной подписью:

Вержицкий Данил Григорьевич

Должность: Директор КГПИ ФГБОУ ВО «КемГУ»

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
471086fad29a3b30e244c728abc3661ab35c9d50210dcf0e75e03a5b6fdf6436

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Кемеровский государственный университет»
Новокузнецкий институт (филиал)

Факультет экономический
Кафедра социологии и философии



УТВЕРЖДАЮ

И. о. декана экономического факультета

А.Ю. Вашенко

«06» февраля 2018 г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.В.08 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 2018

Новокузнецк 2018

Сведения об утверждении:

Рабочая программа дисциплины утверждена Ученым советом экономического факультета (протокол Ученого совета факультета № 7 от 06.02.2018 г.).

Одобрена на заседании методической комиссии экономического факультета (протокол методической комиссии экономического факультета № 7 от 05.02.2018 г.).

Одобрена на заседании кафедры социологии и философии (протокол заседания кафедры социологии и философии № 5 от 29.01.2018 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 бакалавриата	4
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	4
3.1.	Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)	4
4.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	5
4.1.	Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)	5
4.2.	Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)	5
5.	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
6.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
6.1.	Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине	8
6.2.	Типовые контрольные задания или иные материалы	8
6.3.	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	13
7.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	14
	а) основная учебная литература	14
	б) дополнительная учебная литература	14
8.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины	15
9.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	15
10.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	16
11.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	16
12.	Иные сведения и (или) материалы	16
12.1.	Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	16
12.2.	Занятия, проводимые в интерактивных формах	16

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

1.1. В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Социология средств массовой информации (СМИ)»:

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2	способность участвовать в составлении и оформлении профессиональной научно-технической документации, научных отчетов, представлять результаты социологических исследований с учетом особенностей потенциальной аудитории	Знать: основы составления и оформления научно-технической документации, научных отчетов. Уметь: представлять результаты исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории. Владеть: способностью подготавливать научно-техническую документацию и грамотно предоставлять результаты проведенных исследований.
ПК-13	способность использовать методы социологического анализа в процессах разработки и принятия управленческих решений, в оценке их практической эффективности	Знать: теории массовой коммуникации и средств массовой информации; историю и современное состояние СМИ, Уметь: использовать социологическую информацию и социологические методы для принятия управленческих решений в сфере производства и исследований медиапродукции. Уметь: оценивать практическую эффективность управленческих решений в сфере средств массовой коммуникации
ПК-15	способность планировать и осуществлять маркетинг товаров и услуг для использования в разработке программ социального развития предприятий, учреждений, территорий и иных общностей	Знать: основные категории и технологии маркетинговой деятельности в сфере производства медиапродукции. Уметь: разрабатывать программы осуществления маркетинга товаров и услуг для социального развития средств массовой коммуникации. Владеть: навыками маркетингового анализа и планирования маркетинга товаров и услуг в сфере массовой коммуникации.
ПК-16	способность к практическому использованию основ социальных наук для разработки предложений по повышению эффективности труда	Знать: подходы и методы социальных наук в сфере массовой коммуникации. Уметь: диагностировать эффективность массовой коммуникации с учетом специфики институтов СМИ: прессы, телевидения, радио, интернет-СМИ. Владеть: навыками практического использования основ социальных наук для разработки предложений по повышению эффективности труда в сфере массовой коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Социология средств массовой информации» относится к вариативной части учебного плана ОПОП 39.03.01 Социология и обеспечивает профиль образовательной программы - Социология коммуникаций. Дисциплина преподается в 7 семестре 4-го курса и рассчитан на обучающихся, прослушавших курсы по Менеджменту, Методологии социоло-

гических исследований, Управление проектами в социальной сфере, Маркетинговые исследования.

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 5 зачетных единиц, 180 часов.

3.1 Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Объем дисциплины	для очной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины	180
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	72
Аудиторная работа (всего):	-
в т. числе:	-
Лекции	30
Семинары, практические занятия	42
В том числе в активной и интерактивной формах:	6
Внеаудиторная работа (всего):	-
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)

№	Раздел дисциплины	Общая трудоемкость	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости
			Аудиторные учебные занятия		Самостоятельная работа обучающихся	
			Лекции	Семинары и лабораторные работы		
1	Предмет социологии СМИ	20	4	6	10	собеседование, тест
2	Обзор теорий массовой коммуникации и СМИ.	20	4	6	10	собеседование, тест
3	История и современное состояние СМИ в России	20	4	6	10	собеседование, тест
4	Исследования производства медиа-продукции	20	4	6	10	собеседование, тест
5	Исследования содержания медиа-продукции	22	4	6	12	собеседование, тест, практическое задание
6	Исследования потребления медиа-продукции	22	4	8	10	собеседование, тест, практическое задание

7	Специфика институтов СМИ: прессы, телевидения, радио, Интернет-СМИ	20	6	4	10	собеседование, тест
	Экзамен	36				
Итого		180	30	42	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.	<p>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</p> <p>Второй период: интерес к медиа-производству и медиа-контенту, к качественным методам и общей методологии гуманитарных наук. Гэй Такман, Джеймс Кэйри и др.</p> <p>Современное состояние теории СМИ. Постмодернизм (Бодрийяр, Фиск и др.), концепции информационного общества (Маклюэн, Кастельс и др.), новые исследования аудитории (Кац-Либс, Лалл и др.)</p> <p>Перспективы развития теорий СМИ.</p>
	История и современное состояние СМИ в России	<p>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.</p>
4	Исследования производства медиа-продукции	<p>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 (Гансталл и Палмер и др.), типология экстра-медийных агентов (Кольцова), роль источников в производстве новостей (Эриксон и соавт.) Уровень идеологии</p>

		и господствующих ценностей (Герман и Чомски «Производство согласия», Ноэль-Нойман «Рождение спирали молчания», работы Стюарта Холла и Бирмингемской школы).
5	Исследования содержания медиа-продукции	<p>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.</p> <p>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).</p>
6	Исследования потребления медиа-продукции	<p>Типология исследований потребления медиа-продукции (МакКуэйл).</p> <p>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. Подход Uses and Gratifications (как основа для будущих «новых исследований аудитории»). 3. Комбс, Шоу и концепция установления повестки дня. Соотнесение с типологией прочтений Стюарта Холла.</p> <p>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.</p>
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

Номер раздела дисциплины	Темы практических занятий
	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. График самостоятельной работы, 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-2, ПК-13, ПК-15, ПК-16	собеседование, тест
2	Обзор теорий массовой коммуникации и СМИ.	ПК-2, ПК-13, ПК-15, ПК-16	собеседование, тест
3	История и современное состояние СМИ в России	ПК-2, ПК-13, ПК-15, ПК-16	собеседование, тест
4	Исследования производства медиа-продукции	ПК-2, ПК-13, ПК-15, ПК-16	собеседование, тест
5	Исследования содержания медиа-продукции	ПК-2, ПК-13, ПК-15, ПК-16	собеседование, тест, практическое задание

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Код контролируемой компетенции и ее формулировка	Наименование оценочного средства
6	Исследования потребления медиа-продукции	ПК-2, ПК-13, ПК-15, ПК-16	собеседование, тест, практическое задание
7	Специфика институтов СМИ: прессы, телевидения, радио, Интернет-СМИ	ПК-2, ПК-13, ПК-15, ПК-16	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 глянцевого 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 "МДК" в социальной сети "Вконтакте"
- Гендерные стереотипы, транслируемые женскими глянцевыми 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.Лазарфельда. 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, Такмэн.
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 институтов СМИ: прессы, телевидения, радио, Интернет-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

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.
2. 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.
3. К свойствам коммуникатора в случае массовой информации относят (*все подходящие варианты*):
 - а) высокий профессионализм;
 - б) массовость;
 - в) корпоративное производство;
 - г) ангажированность;
 - д) институционализированность.
4. Свойство мультиплицирования массовой информации означает:
 - а) синхронизацию сообщений;
 - б) возможность тиражирования сообщений;
 - в) одновременность доставки сообщения;
 - г) преодоление пространства.
5. 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

6. Концепции производства, потребления, распространения контента выделяют по основанию...
 - а) исследуемых эффектов;
 - б) компонентов коммуникации;
 - в) этапов коммуникации;
 - г) участников коммуникации.
7. 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;
 - б) 22% респондентов;
 - в) 16% респондентов;
 - г) 5% респондентов;
 - д) таких респондентов не было.
11. "5 гипотез Клаппера описывают":

- а) избирательность медиапотребления;
 - б) воздействие на сми агентов влияний;
 - 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) "волшебной пули";
 - б) "подкожной инъекции";
 - в) все перечисленное.

6.2.4 Примерные вопросы для собеседования по разделам дисциплины

Предмет социологии СМИ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дефиниция понятий "СМИ", "медиа". 2. Генезис массовых коммуникаций. 3. Функция СМИ в современном обществе. Понятие новостного горизонта.
Обзор теорий массовой коммуникации и средств массовой информации	<ol style="list-style-type: none"> 4. Понятие нормативных теорий средств массовой информации 5. Основные нормативные теории, их идеологическое обоснование и прикладное применение. 6. Модель влияния Г.Лассуэлла. 7. Политэкономический подход к анализу СМИ. 8. Семиотическое доминирование средств массовой информации

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.

6.2.5 Примерные учебные 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 постараться 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 – произ-

вольное. Картинки и цитаты приветствуются.

Краткая характеристика используемых оценочных средств

Оценочное средство	Шкала оценивания
Курсовая работа	<ul style="list-style-type: none"> • «Отлично»: глубокая научная разработанность предметного поля, качественное выполнение эмпирического исследования, включая правильность и обоснованность принимаемых методов и методик, представление результатов исследования согласно методическим указаниям, соответствующее требованиям оформление 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	<ul style="list-style-type: none"> • «Отлично»: систематизированные, глубокие и полные знания по всем поставленным вопросам в объеме учебной программы; все зачтенные лабораторные работы, предусмотренные настоящей программой. • «Хорошо»: достаточно полные и систематизированные знания в объеме учебной программы, активная 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.

Система балльной оценки освоения дисциплины:

№ п./пп.	Вид работ	Баллы
----------	-----------	-------

1	Посещаемость занятий	0,5 балла за каждый академический час лекционного или практического занятия
2	Работа на семинарских занятиях (собеседование, выполнение заданий)	1-2 балла
3	Тестовые задания	0,5-1балл
4	Учебные задачи	1-4 балла
5	Экзамен	21-40 баллов
6	Курсовая работа	6-10 баллов

Перевод оценок в 100-балльную шкалу

Цифровая оценка	Буквенный эквивалент	Кол-во баллов по БРС
5	Отлично	85 и выше
4	Хорошо	66-84
3	Удовлетворительно	51-65
2	неудовлетворительно	Ниже 51

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 знаний студентами теоретического материала по дисциплине. Осуществляется на бумажных носителях по вариантам. Количество вопросов в каждом варианте - 20. Отведенное время на подготовку – 60 мин.	Фонд тестовых заданий
3	Учебные задачи	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 Фомичева, И. Д. Социология СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] - Электрон. дан. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 360 с. - Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68847>

2 Свитич, Л. Г. Социология журналистики : учебник для академического бакалавриата / Л. Г. Свитич. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 397 с. - (Бакалавр. Академический курс). - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/35D92FE4-1934-4188-8E90-6B15691B981B>

Дополнительная литература

- 1 Березкина, О. П. Социально-психологическое воздействие СМИ [Текст] : учебное пособие для вузов. - М. : Академия, 2009. - 240 с. - (Высшее профессиональное образование).
- 2 Марков, А. А. Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 252 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=544650>
- 3 Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: Общество - СМИ - власть: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Киселев А.Г. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 431 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=883125>
- 4 Петрова, Н. Е. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии. [Электронный ресурс] / Н.Е. Петрова, Л.В. Рацибурская. - Электрон. дан. - М. : ФЛИНТА, 2016. - 160 с. - Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/72747>
- 5 Ильясова, С.В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. [Электронный ресурс] / С.В. Ильясова, Л.П. Амири. - Электрон. дан. - М. : ФЛИНТА, 2015. - 296 с. - Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/74604>
- 6 Алексеева, М. И. Средства массовой информации России. [Электронный ресурс] / М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова. - Электрон. дан. - М. : Аспект Пресс, 2011. - 391 с. - Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/69086>

Периодические издания

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

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

1. Электронно-библиотечная система "Лань"» - <http://e.lanbook.com>
Договор № 13-ЕП от 29.03.2017 г., срок до 02.04.2019 г. Доступ из локальной сети НФИ КемГУ свободный, неограниченный, с домашних ПК – авторизованный.
2. Электронно-библиотечная система «Знаниум» - www.znanium.com
Договор № 44/2017 от 21.02.2017 г., Доп. соглашение №1 от 14.03.2018 г., срок до 15.03.2020 г. Доступ из локальной сети НФИ КемГУ свободный, неограниченный, с домашних ПК – авторизованный.
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (базовая часть) - <http://biblioclub.ru>
Контракт № 003-01 от 19.02.2018 г., срок до 14.02.2019 г.. Доступ из локальной сети НФИ КемГУ свободный, неограниченный, с домашних ПК – авторизованный.
4. Электронно-библиотечная система «Юрайт» - www.biblio-online.ru.
Договор № 53/2018 от 19.02.2018 г., срок до 18.02.2019 г. Доступ из локальной сети НФИ КемГУ свободный, с домашних ПК – авторизованный.
5. Электронная полнотекстовая база данных периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам ООО «ИВИС», <https://dlib.eastview.com>,
Договор № 186-п ОТ 11.10.2017 г., срок до 31.12.2018 г., доступ предоставляется из локальной сети НФИ КемГУ.
6. Научная электронная библиотека – <http://elibrary.ru>
Доступ к отдельным периодическим изданиям. Договор №123-Э от 23.01.2018 г. срок – до 31.12.2018 г. Доступ авторизованный.
7. Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) - <https://icdlib.nspu.ru>
НФИ КемГУ является участником и пользователем МЭБ. Договор о присоединении к МЭБ от 15.10.2013 г, доп. соглашение от 01.04.2014 г. (договор бессрочный). Доступ из локальной сети НФИ КемГУ свободный, с домашних ПК – авторизованный.

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 интересные 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

12.2 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 Работа в малых группах
2. История и современное состояние СМИ в России			
3	История российских СМИ	лекция. практика	Проблемная лекция Работа в малых группах
3. Исследования производства медиа-продукции			
4	Теория установления повестки дня	лекция. практика	Проблемная лекция Работа в малых группах
4. Исследования содержания медиа-продукции			
5	Структурный, семиотический, дискурсивный анализ СМИ	лекция. практика	Проблемная лекция Работа в малых группах

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