

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Исаков Ирлан Жангазыевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 03.02.2023 00:38:07  
Уникальный программный ключ:  
a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Социология массовых коммуникаций

*(наименование дисциплины)*

---

**Направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью**

---

**Квалификация выпускника Бакалавр**

---

**Направленность (профиль) Маркетинговые коммуникации и маркетинг**

---

2022 г.

## 1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

**ОПК-2** - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

**ОПК-5** - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

| Индикаторы достижения компетенций   | Результаты образования  |
|---|---|
| <b>ИД-3 (ОПК-2).</b> Способен применять методы социологической науки для анализа современных процессов в сфере средств массовых коммуникаций в России и мире;                           | <i>знает</i><br><b>РО-1 ИД-3 (ОПК-2)</b> теории функционирования и развития СМК как социальной подсистемы, проблемы деятельности средств массовой информации;<br><b>РО-2 ИД-3 (ОПК-2)</b> социокультурные предпосылки формирования и развития СМК;  |
|   | <i>умеет</i><br><b>РО-3 ИД-3 (ОПК-2)</b> выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов<br><b>РО-4 ИД-3 (ОПК-2)</b> проводить теоретический и эмпирический анализ социальных функций массовой коммуникации, применять методы социологических исследований в изучении общественного мнения, анализировать рейтинги СМИ; |
| <b>ИД-3 (ОПК-5).</b> Умеет использовать социологические методы исследования для изучения тенденций развития социальных проблем, идентификации потребностей и интересов социальных групп | <i>умеет</i><br><b>РО-1 ИД-3 (ОПК-5)</b> пользоваться традиционными и современными технологиями проведения опросов аудитории и анализа контента СМИ;  |
|   | <i>владеет</i><br><b>РО-2 ИД-3 (ОПК-5)</b> методами измерения эффектов и эффективности коммуникации.  |

## 2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет   4   зачетные единицы.

## 3. Содержание дисциплины

**Средства массовой коммуникации как социальный институт. Введение в социологию массовой коммуникации**

Роль социальной коммуникации в современном мире. Социология массовой коммуникации как наука и как учебная дисциплина. Онтологические, гносеологические и

аксиологические основы теории массовой коммуникации. Предмет и задачи курса. Объект, предмет и основные понятия социологии массовой коммуникации. Формы, уровни и виды коммуникаций. Базовые составляющие массовой коммуникации: а) социальные системы, структуры, институты, процессы; б) коммуникативные системы; в) виды, каналы и средства массовой коммуникации, обеспечивающие передачу и восприятие информации с целью воздействия на общество и индивидов. Различные подходы к обоснованию взаимодействия массовой коммуникации и социальных структур, к пониманию социальной информации и ценностной Обоснование социального статуса как важнейшей категории массовой коммуникации (Г.Дж.Мейн, М.Вебер, Ю.Хабермас, Т.М.Дридзе, А.Д.Швейцер и др.). Основные концепции социальной коммуникации. Бихевиоризм (Э.Л.Торндайк, Дж.Б.Уотсон, И.П.Павлов, В.М.Бехтерев): концепция «стимулреакция», где речевой стимул рождает ответность. Символический интеракционизм (Дж.Г.Мид). Чикагская (социальное развитие как процесс развития коммуникативных форм) и Айовская (социальное развитие как результат стабилизации межличностного общения и взаимодействия; символическая социализация) школы. Феноменологическая школа (Э.Гуссерль): концепция «понимания» М.Вебера (социальное взаимодействие из личных мотивов); теория «понимающей социологии» (А.Шюц) (социальная коммуникация как результата взаимопонимания). Структурный функционализм (Г.Спеиссер, Э.Дюркгейм): взаимосвязь функций и структур социальной коммуникации, которые находятся в отношениях протеворечивой взаимообусловленности (Т.Парсонс, Р.Мертон). Диалектическая школа. Исторический материализм (М.И.Исаев): исторические типы общности и специфика коммуникации; соотношение биологического и социального. Вульгарный материализм (Н.Я.Марр): социальность как основа коммуникации. Неомарксизм: Франкфуртская школа (К.Корш, Г.Маркузе, Т.Адорно, М.Хоркхаймер); русская школа (Б.Г. Капустин, Ю.Л.Качанов).

#### **Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход**

Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход. Особенности коммуникации в человеческом организме. Оперативная информация как условие выживания человеческого организма. Коммуникации и управление. Роль коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости социума; коммуникации как способ формирования целей развития. Социальные потребности и возникновение информационных каналов: традиционные, индустриальные, постиндустриальные (информационные) коммуникации. Устное слово / печатное слово (Гуттенберг). Технологическая детерминированность СМК. Динамика развития информационных процессов: буквеннозвуковое письмо (5 тыс. лет назад); книгопечатание (1453), телефон (1876); кино, радио, телеграф (1895); компьютер (1942); транзистор (1947); цветное телевидение (1951); видеодиски (1978); интернет.

#### **СМК как социальная подсистема 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.

#### **Этапы и теории процесса массовой коммуникации**

Этапы массового коммуникативного процесса. Стадия отбора сообщений. Теория «привратника». Субъекты и факторы влияния на отбор сообщений. Теория формирования «повестки дня». Фрейминг и методы формирования значимости сообщений. Особенности

структуры сообщений в отечественных СМИ. Теория культивации. Роль телевидения как институционального рассказчика. Мейнстрим как основной поток образов. Теории воздействия СМИ на аудиторию. Теория зависимости СМИ от потребностей аудитории. Информационнокоммуникативные потребности людей. Влияние жизненных стилей на восприятие информации

### **Средства массовых коммуникаций в процессе формирования общественного мнения**

Понятие общественного мнения и общественного сознания. Общественное мнение как фактор общественной жизни. Роль общественного мнения в механизме функционирования демократии. Характерные признаки общественного мнения: направленность, интенсивность, стабильность, информационная насыщенность и др. Экспрессивная (контрольная), консультативная и директивная функции общественного мнения. СМИ в процессе формирования общественного мнения: оформление и трансляция общественного мнения. Взаимодействие межличностной и массовой коммуникации в процессе формирования общественного мнения. Опросы общественного мнения в прессе как текст. Профессиональные требования к публикации опросов. Влияние рейтингов общественного мнения на процесс принятия решения индивида. Манипуляция общественным мнением в средствах массовой информации. Состояние общественного мнения в современной России.

### **Функции и роли СМИ**

Социальные функции массовой коммуникации. Функции коммуникации в исторической перспективе. Функции СМИ в модернизационном обществе. Функции СМИ в актуальном срезе - функция информирования, развлечения, воспитания, организации поведения, коммуникации. Функции СМИ в режиме реального времени. СМИ в жизни индивида и СМИ в жизни общества. Классификация функций СМИ. Зависимость функций отдельных СМИ от способа подачи информации. Осуществление функций - докоммуникативная, коммуникативная и посткоммуникативная стадия. Сущность и содержание докоммуникативной стадии функционирования СМИ. Стереотип как элемент докоммуникативной стадии функционирования СМИ. Ближайшее окружение индивида как элемент докоммуникативной стадии функционирования СМИ. Сущность и содержание коммуникативной стадии функционирования СМИ. Условия возникновения эффективной коммуникации. Сущность и содержание посткоммуникативной стадии функционирования СМИ. Стратегии изучения эффективности воздействия СМИ. Исследования функций СМИ: эмпирический и теоретический анализ.

### **Эффекты коммуникации и эффективность деятельности СМИ**

Проблемы эффектов и эффективности массовой коммуникации. Влияние сообщения на потребителя: стадии потребления. Конвенциональный характер выделения стадий. Коммуникация - акт и процесс. Способы измерения эффективности. Лабораторные исследования и массовые опросы. Эффекты и эффективность. Основные направления эмпирических социологических исследований СМИ: исследование производства медиа-продукции, исследование содержания медиа-продукции, исследование потребления медиа-продукции. Цели коммуникатора и цели аудитории, способы измерения эффектов и эффективности коммуникации; потребление информации аудиторией: факторы и барьеры.

### **Социологические исследования СМИ. Социологические методы исследования социальной коммуникации**

Общенаучные принципы изучения социальной коммуникации. Частнонаучные методы исследования. Виды анализа с помощью методов статистики. Социологические методы сбора информации о функционировании коммуникации.

### **Исследования коммуникатора**

Коммуникатор и социологические способы его изучения. Фигура коммуникатора в коммуникативном процессе. Характеристики коммуникатора как факторы эффективности СМК. Эмпирические свидетельства важности для отношения индивида к тексту коммуникатора доверия к этому коммуникатору, престижа коммуникатора. Информационная инфраструктура России: современные очертания. Формы организации деятельности СМК в зарубежных странах. Методы исследования социальных аспектов коммуникации: выборочный (анкетный) опрос, метод экспертных оценок, метод наблюдения, факторный анализ, латентно-структурный анализ. Методы исследования психологических и межличностных аспектов коммуникации: тестирование, социометрический метод, корреляционный анализ.

### **Анализ содержания массовой коммуникации**

Содержание информации и методика его анализа. Развитие индустрии информации как предпосылка появления метода анализа содержания. Содержание СМК как социальная реальность. Преимущества и границы использования метода анализа содержания СМК. Инструментарий метода анализа содержания. Программа исследования с использованием анализа содержания: опре18 деление целей и задач исследования. Методы исследования содержания и понимания в коммуникации. Контент-анализ. Мотивационный анализ. Семиотический анализ. Прагматический анализ. Структурный анализ. Когнитивное картирование и оперативное кодирование. Нарративный анализ. Ролевой анализ. Дискурс-анализ.

### **Социологические исследования аудитории СМК**

Виды социологических исследований аудитории: количественные и качественные. Виды опросов аудитории. Особенности изучения границ радио- и телеаудитории. Единицы анализа количества аудитории: рейтинг и доля. Формы использования журналистом социологической информации об аудитории. Использование методов общей социологии в социологии коммуникаций (анкетирование, включенное наблюдение, корреляционный анализ и т.п.). Особенности адаптации данных методов к массовой коммуникации как предмету исследования. Методы социологических исследований массовой коммуникации. Качественные методы в социологии коммуникаций. Глубинное интервью и фокус-группы и их место в социологии коммуникаций. Работа с экспертами.

## **4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины, включая самостоятельную работу обучающихся**

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

### **Вопросы и задания для самоконтроля**

1. Принцип свободы слова в деятельности СМИ.
2. Научное осмысление феномена массовой культуры.
3. Понятие и функции массовой коммуникации.
4. Характеристики и виды массовой культуры.
5. Структура массовой коммуникации.
6. Новые тенденции в развитии массмедиа.
7. Понятие и способы политической коммуникации.
8. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера.
9. «Усталость сострадать» как социальное последствие воздействия масс-медиа.
10. Модель демократического представительства в деятельности СМИ.
11. Теория стереотипов У. Липпмана.
12. Общественное мнение: факторы его формирования и содержание.
13. Сущность социальной теории масс-медиа Д. МакКуэйла.
14. Эмпирическое изучение профессиональных коммуникаторов.
15. Характеристики СМИ как социального института.
16. Либертарианская модель функционирования СМИ.
17. СМИ в процессе формирования общественного мнения.
18. Стратегии журналистской деятельности (открытые и закрытые коммуникативные задачи, и их совмещение).
19. Контент-анализ как метод анализа содержания массовой коммуникации.
20. Модель функционирования СМИ в развивающихся странах (модель развития).
21. Сущность авторитарной модели функционирования СМИ.
22. Двухступенчатая модель коммуникации П. Лазарсфельда.
23. СМИ в трудах теоретиков постмодерна.
24. Советская модель функционирования СМИ.
25. Теория «публичных арен».
26. Понятие и показатели аудитории СМИ.
27. Исследования процесса новостного производства (работы Медиа группы Глазго).
28. Теория информационного дефицита.
29. Критическая теория культуры С. Холла.
30. Теория социальной ответственности СМИ.

### **5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

#### **Основная:**

1. Баранова, Е. В. Социология массовой коммуникации : учебное пособие / Е. В. Баранова. — Минск : Вышэйшая школа, 2012. — 174 с. — ISBN 978-985-06-2072-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/20279.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Маркасов, М. Ю. Теория и практика массовой информации : учебно-методический комплекс / М. Ю. Маркасов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. — 199 с. — ISBN 2227-8397. — Текст :

электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/69562.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин ; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. — Москва : Дашков и К°, 2018. — 486 с. : ил — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200> — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-394-01185-6. — Текст : электронный.

#### **Дополнительная:**

1. Полуэхтова И.А. Социология массовой коммуникации. Часть 1 : курс лекций / Полуэхтова И.А.. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2012. — 96 с. — ISBN 978-5-98079-836-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/14530.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

### **6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS
3. Справочная правовая система Консультант Бизнес: Версия Проф  
Профессиональные базы данных в составе СПС Консультант:  
- Законодательство Санкт-Петербурга и Ленинградской области  
- Международное право

### **7. Лицензионное программное обеспечение**

- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016
- Moodle 3.8.2.

### **8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, а также имеющие наборы демонстрационного оборудования и учебно-

наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин);

- учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий, и наглядными пособиями);

- специальные помещения для проведения занятий по дисциплине (в т.ч. лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности), а именно: \_\_\_\_\_;

- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет;

- кабинет для занятий по иностранному языку (оснащенный лингафонным оборудованием);

- учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;

- учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;

- помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации);

- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.