

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет психолого-педагогического и социального образования
Кафедра социальной работы

«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор по учебной работе
Ю. А. Жадаев
2016 г.



Социология массовых коммуникаций

Программа учебной дисциплины

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

очная форма обучения

Волгоград
2016

Обсуждена на заседании кафедры социальной работы
«20» октября 2016 г., протокол № 3

Заведующий кафедрой А.И. Визитов (подпись) А.Н. Визитов (зав. кафедрой) «20» октября 2016 г. (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета психолого-педагогического и социального образования «24» октября 2016 г., протокол № 3

Председатель учёного совета Т.Ю. Андрущенко (подпись) «24» октября 2016 г. (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
«28» ноября 2016 г., протокол № 6

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____	_____ (подпись)	_____ (руководитель ОПОП)	_____ (дата)
Лист изменений № _____	_____ (подпись)	_____ (руководитель ОПОП)	_____ (дата)
Лист изменений № _____	_____ (подпись)	_____ (руководитель ОПОП)	_____ (дата)

Разработчики:

Овсянникова Татьяна Владимировна, канд. социол. наук, доцент кафедры социальной работы.

Программа дисциплины «Социология массовых коммуникаций» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 11 августа 2016 г. №997) и базовому учебному плану по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 28 ноября 2016 г., протокол № 6).

1. Цель освоения дисциплины

Формирование систематизированного представления о массовой коммуникации как предмете научного анализа; освоение процедур и техник проведения социологического исследования в сфере связей с общественностью и рекламе, в исследовании каналов массовой коммуникации в обществе, оценки их влияния на различные социальные проблемы социальной сферы.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» относится к базовой части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Иностранный язык», «Основы теории коммуникации», «Русский язык и культура речи».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплины «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- основные виды коммуникации, характеристики массовой аудитории;
- теории массовой коммуникации и функции средств массовой коммуникации;
- положение и роль массовых коммуникаций в современном обществе;
- понятие, функции, рейтинги общественного мнения;
- понятие социальной проблемы, компоненты и типологии проблем. Направления и школы в объяснении природы социальных проблем. Субъективистский подход, конструктивизм;
- специфику влияния рекламы на общество;
- роль и место СМК в ПР-деятельности;

уметь

- использовать разные виды социологического знания;
- анализировать теоретическую базу социологии МК;
- использовать разные виды социологического знания для анализа массовых коммуникаций;
- собирать и анализировать социологическую информацию по различным проблемам СМК и СМИ;
- собирать и анализировать социологическую информацию по различным проблемам волнующим общественное мнение;
- собирать и анализировать социологическую информацию по различным

социальным проблемам;

– вырабатывать конкретные рекомендации по взаимодействию каналов массовой коммуникации и рекламе;

– вырабатывать конкретные рекомендации по взаимодействию каналов массовой коммуникации и служб по связям с общественностью;

владеть

– навыками анализа содержания сообщений массовой коммуникации;

– терминологическим аппаратом социологии массовой коммуникации;

– методами исследования массовой коммуникации и эффектов массовой коммуникации;

– технологическими приемами проведения исследования средств массовой коммуникации;

– навыками анализа содержания сообщений массовой коммуникации при формировании общественного мнения;

– методами исследования аудитории массовой коммуникации и эффектов массовой коммуникации.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		5 / 6	
Аудиторные занятия (всего)	68	36 / 32	
В том числе:			
Лекции (Л)	28	12 / 16	
Практические занятия (ПЗ)	40	24 / 16	
Лабораторные работы (ЛР)	–	– / –	
Самостоятельная работа	76	36 / 40	
Контроль	–	– / –	
Вид промежуточной аттестации		ЗЧО / ЗЧО	
Общая трудоёмкость	часы	144	72 / 72
	зачётные единицы	4	2 / 2

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Определение коммуникации как видового понятия социологии массовой коммуникации	Особенности социологического подхода в изучении массовой коммуникации. Основные виды коммуникации. Массовое общество: потребность в массовой информации. Характеристики массовой аудитории как приемника информации
2	Эволюция социологических учений о природе и функциях массовой коммуникации	Марксистская традиция анализа массовой коммуникации. К. Маркс, А. Грамши, Г. Альтюссер. М. Вебер о прессе как «капиталистическом предприятии». Франкфуртская школа о массовой коммуникации. Ч. Миллс о роли СМИ. Видение массовой коммуникации в концепциях М. Маклюэна. Теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса. Отечественные представители социологии массовой

		коммуникации и их вклад в изучение средств массовой коммуникации.
3	Функции и роли массовой коммуникации в жизни индивида и общества	Возникновение массовых коммуникаций в жизни общества: причины, этапы и тенденции эволюции. Типология обществ по характеру движения информационных потоков. Массовая коммуникация и тенденции мирового развития. Массовое общество, массовое сознание и массовые коммуникации.
4	Средства массовой информации и власть	Место средств массовой информации в процессах массовой коммуникации. Роль политической коммуникации в обществе. Факторы влияния на электорат. Альтернативные коммуникации. Средства массовой информации как «четвертая власть». Различия в понимании и роли средств массовой информации в политике
5	Средства массовой коммуникации и общественное мнение	Общественное мнение: природа, структура, функции. Роль СМИ в формировании и функционировании общественного мнения. Отражение политической культуры. Экономические, национальные, религиозные и иные региональные особенности ориентаций и идеалов в СМИ. Взаимодействие межличностной и массовой коммуникации в процессе формирования и функционирования общественного мнения.
6	Средства массовой коммуникации и социальные проблемы	Понятие социальной проблемы. Объективные и субъективные компоненты социальных проблем. Типология социальных проблем. Направления и школы в объяснении природы социальных проблем. Субъективистский подход, конструктивизм.
7	Реклама в средствах массовой информации	Социальные условия возникновения и активного функционирования рекламы в обществе. Влияние рекламы на общественные устои и влияние общественного строя на рекламу. Реклама в социологии и социология в рекламе. Средства массовой информации как основной носитель рекламы
8	Паблик рилейшнз и средства массовой коммуникации	Место и роль СМК в ПР-деятельности: динамика и тенденции эволюции взаимоотношений. Социологические исследования СМК в структуре ПР-деятельности: задачи, методы, функции. Связи с общественностью и российские СМИ: проблема взаимоотношений

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Определение коммуникации как видового понятия социологии массовой коммуникации	2	5	–	9	16
2	Эволюция социологических учений о природе и функциях	6	5	–	9	20

	массовой коммуникации					
3	Функции и роли массовой коммуникации в жизни индивида и общества	2	5	–	9	16
4	Средства массовой информации и власть	2	5	–	9	16
5	Средства массовой коммуникации и общественное мнение	4	5	–	10	19
6	Средства массовой коммуникации и социальные проблемы	4	5	–	10	19
7	Реклама в средствах массовой информации	4	5	–	10	19
8	Паблик рилейшнз и средства массовой коммуникации	4	5	–	10	19

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. П. Бакулев ; Г. П. Бакулев. - Москва : Аспект Пресс, 2010. - 192 с. - ISBN 978-5-7567-0564-5..
2. Баранова, Е. В. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. В. Баранова ; Е. В. Баранова. - Минск : Вышэйшая школа, 2012. - 174 с. - ISBN 978-985-06-2072-9..
3. Голуб, О. Ю. Теория коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. Ю. Голуб, С. В. Тихонова ; О. Ю. Голуб. - Москва : Дашков и К ; Ай Пи Эр Медиа, 2011. - 338 с. - ISBN 978-5-394-01262-4..
4. Романов, А. А. Массовые коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Романов ; А. А. Романов. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 176 с. - ISBN 978-5-374-00390-1.

6.2. Дополнительная литература

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции : учеб. пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. - М. : Аспект Пресс, 2005. - 175,[1] с. - Терминолог. слов.: с. 171-174. - ISBN 5-7567-0391-8; 17 экз. : 76-30..
2. Федотова, Л.Н. Социология рекламной деятельности [Электронный ресурс] / Л. Н. Федотова. - 456 с.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Электронная гуманитарная библиотека. – URL: <http://www.gumfak.ru>.
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – URL: <http://elibrary.ru>.
3. Википедия – свободная энциклопедия. – URL: <http://ru.wikipedia.org>.
4. Журнал Социологические исследования: <http://www.ecsocman.edu.ru/socis/>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

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

1. Пакет офисных приложений (редактор текстовых документов, презентаций, электронных таблиц).
2. Компьютерное тестирование.
3. Методический, наглядный и раздаточный материал для организации групповой и индивидуальной работы обучающихся на практических занятиях.

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Социология массовых коммуникаций» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (в том числе с мультимедийной поддержкой).
2. Учебная аудитория для проведения практических занятий (в том числе с мультимедийной поддержкой).
3. Аудитория для проведения самостоятельной работы студентов с доступом к сети Интернет.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» относится к базовой части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме аттестации с оценкой.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению

описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Социология массовых коммуникаций» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.