

Подписано электронной подписью:
Вержицкий Данил Григорьевич
Должность: Директор КГПИ ФГБОУ ВО «КемГУ»
Дата и время: 2024-02-21 00:00:00
471086fad29a3b30e244e728abc3661ab35e9d50210dcf0e75e03a5b6fdf6436

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования
«Кемеровский государственный университет»
Кузбасский гуманитарно-педагогический институт

Факультет информатики, математики и экономики
Кафедра экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета информатики,
математики и экономики

Фомина А.В. 

«09» февраля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины
К.М.06.07 Социология коммуникации

Направление подготовки
39.03.01 Социология

Направленность (профиль) подготовки
Социологические и маркетинговые исследования

Программа бакалавриата

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2023

Новокузнецк 2023

Лист внесения изменений
в РПД К.М.06.07 Социология коммуникации
(код по учебному плану, название дисциплины)

Сведения об утверждении:

утверждена Ученым советом факультета информатики, математики и экономики
(протокол Ученого совета факультета № 8 от 09.02.2023 г.)

для ОПОП 2022 года набора на 2023 / 2024 учебный год
по направлению подготовки 39.03.01 Социология
(код и название направления подготовки / специальности)

направленность (профиль) Социологические и маркетинговые исследования

Одобрена на заседании методической комиссии факультета информатики, математики и
экономики (протокол методической комиссии факультета № 7 от 06.02.2023 г.)

Одобрена на заседании обеспечивающей кафедры экономики и управления

протокол № 6 от «19» января 2023 г.



_____ Ю.Н. Соина-Кутищева

Оглавление

1 Цель дисциплины.....	4
2 Объём и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий. Формы промежуточной аттестации.....	4
3. Учебно-тематический план и содержание дисциплины.....	5
3.1 Учебно-тематический план.....	5
3.2. Содержание занятий по видам учебной работы.....	7
4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации.....	12
5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины.....	13
5.1 Учебная литература.....	13
5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины.....	14
5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	14
6 Иные сведения и (или) материалы.....	14
6.1. Примерные темы письменных учебных работ.....	14
Примерные задания тестового контроля.....	14
6.2. Примерные вопросы и задания / задачи для промежуточной аттестации	18

1 Цель дисциплины.

В результате освоения данной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы компетенции основной профессиональной образовательной программы бакалавриата (далее - ОПОП): ОПК – 4.

Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, знания, умения, навыки

Таблица 1 - Индикаторы достижения компетенций, формируемые дисциплиной

Код и название компетенции	Индикаторы достижения компетенции, закрепленные за дисциплиной	Знания, умения, навыки (ЗУВ), формируемые дисциплиной
ОПК-4. Способен выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований	<p>ОПК- 4.1 Выявляет социально значимые проблемы, описывает теоретические модели объектов исследований в различных сферах общественной жизни.</p> <p>ОПК- 4.2 Выявляет социальный контекст во всех сферах общественной жизни на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Сущность, структуру, функции и основные характеристики процесса социальной коммуникации. ✓ Теоретические подходы к коммуникации как к социальному явлению. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Анализировать социально-значимые проблемы в сфере социальной и массовой коммуникации. ✓ Выделять из коммуникативного процесса отдельные коммуникативные акты, анализировать их по различным критериям типологизации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Навыками социологического анализа процессов в сфере коммуникации. ✓ Навыками обоснования путей решения социально значимых проблем в сфере коммуникации, составления рекомендаций на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований в сфере коммуникации.

2 Объём и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий.

Формы промежуточной аттестации.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины по видам учебных занятий

Общая трудоемкость и виды учебной работы по дисциплине, проводимые в разных формах	Объём часов по формам обучения
--	--------------------------------

	ОФО	ОЗФО	ЗФО
1 Общая трудоемкость дисциплины	288		
2 Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	136		
Аудиторная работа (всего):	136		
в том числе:			
лекции	64		
практические занятия, семинары	80		
практикумы			
лабораторные работы			
в интерактивной форме	54		
в электронной форме			
Внеаудиторная работа (всего):	108		
в том числе, индивидуальная работа обучающихся с преподавателем			
подготовка курсовой работы /контактная работа			
групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем)			
творческая работа (эссе)			
3 Самостоятельная работа обучающихся (всего)	108		
4 Промежуточная аттестация обучающегося - экзамен /зачет с оценкой / зачет и объём часов, выделенный на промежуточную аттестацию:			
6 семестр – экзамен	36		
7 семестр – зачет с оценкой	0		

3. Учебно-тематический план и содержание дисциплины.

3.1 Учебно-тематический план

Таблица 3 - Учебно-тематический план очной формы обучения

№ недели п/п	Разделы и темы дисциплины по занятиям	Общая трудоёмкость (всего час.)	Трудоемкость занятий (час.)						Формы текущего контроля и промежуточной аттестации успеваемости
			ОФО			ЗФО			
			Аудиторн. занятия		СРС	Аудиторн. занятия		СРС	
лекц.	практ.	лекц.	практ.						
	Семестр 6								
	Теория коммуникации								
1	Теоретико-методологические основания науки о коммуникациях	5	2	2	1				УО-1 ИЗ
2	Категория коммуникации: сущность и основные подходы к определению.	5	2	2	1				УО-1 ИЗ
3	Понятие и первичная типология коммуникативного действия	6	2	2	2				УО-1 ИЗ
4 - 5	Процессно-информационный (трансмиссионный) подход к коммуникации	8	4	2	2				УО-1 ИЗ
6	Семиотический	6	2	2	2				УО-1

№ недели п/л	Разделы и темы дисциплины по занятиям	Общая трудоёмкость (всего час.)	Трудоемкость занятий (час.)						Формы текущего контроля и промежуточной аттестации успеваемости
			ОФО			ЗФО			
			Аудиторн. занятия		СРС	Аудиторн. занятия		СРС	
			лекц.	практ.		лекц.	практ.		
	методологический подход								ИЗ
7	Коммуникативная личность	6	2	2	2				УО-1 ИЗ
8	Информационное общество: сущность, концептуальные подходы, основные характеристики	6	2	2	2				УО-1 ИЗ
9	Социально-коммуникативные технологии	6	2	2	2				УО-1 ИЗ
Социология коммуникации как отраслевая социология									
10	Социология коммуникаций как отрасль социологической науки	8	2	4	2				УО-1 ИЗ
11	Социологический анализ уровней социальной коммуникации	8	2	4	2				УО-1 ИЗ
12	Методология и методы изучения социальной коммуникации	8	2	4	2				УО-1 ИЗ
13	Социальная информация. Значение технических средств при формировании и передаче социальной информации.	8	2	4	2				УО-1 ИЗ
14	Межличностная коммуникация как объект социологических исследований	8	2	4	2				УО-1 ИЗ
15	Групповая коммуникация: сущность и социологические составляющие	8	2	4	2				УО-1 ИЗ
16	Социологические подходы к анализу коммуникации.	8	2	4	2				УО-1 ИЗ
	Промежуточная аттестация - экзамен	36							
ИТОГО по семестру 6		144	32	48	28				
Семестр 7									
Деятельность СМИ: функциональный подход									
1	Возникновение массовых коммуникаций	9	2	2	5				УО-1 ИЗ
2	Виды коммуникации как социальные коммуникативные подсистемы	9	2	2	5				УО-1 ИЗ
3	Средства массовой коммуникации как теоретическая модель	9	2	2	5				УО-1 ИЗ
4	Функции и роли СМК	9	2	2	5				УО-1 ИЗ

№ недели п/п	Разделы и темы дисциплины по занятиям	Общая трудоёмкость (всего час.)	Трудоёмкость занятий (час.)						Формы текущего контроля и промежуточной аттестации успеваемости
			ОФО			ЗФО			
			Аудиторн. занятия		СРС	Аудиторн. занятия		СРС	
			лекц.	практ.		лекц.	практ.		
5	Воздействие информации на потребителя – посткоммуникативная стадия	9	2	2	5				УО-1 ИЗ
Деятельность средств массовой коммуникации как реализация интересов социальных субъектов									
6	Сосуществование государства и средств массовой коммуникации	9	2	2	5				УО-1 ИЗ
7	Практика взаимодействия власти и прессы	9	2	2	5				УО-1 ИЗ
8	Пресса и интересы политических сил: особенности коммуникации в современном обществе	9	2	2	5				УО-1 ИЗ
9	Опросы общественного мнения в политической коммуникации	9	2	2	5				УО-1 ИЗ
10	Средства массовой коммуникации и бизнес	9	2	2	5				УО-1 ИЗ
11	Средства массовой коммуникации в интересы личности, общества в целом	9	2	2	5				УО-1 ИЗ
Социологические исследования коммуникативного процесса									
12	Исследования коммуникатора	9	2	2	5				УО-1 ИЗ
13	Способы организации СМК в национальных границах	9	2	2	5				УО-1 ИЗ
14	Анализ содержания массовой коммуникации	9	2	2	5				УО-1 ИЗ
15	Исследование текста как научная процедура	9	2	2	5				УО-1 ИЗ
16	Социологические исследования аудитории средств массовой коммуникации	9	2	2	5				УО-1 ИЗ
	Промежуточная аттестация – зачет с оценкой								
ИТОГО по семестру 7		144	32	32	80				

Шифры наименований оценочных средств

УО – устный опрос, УО-1 – собеседование по темам практических занятий, УО-2 – коллоквиум, УО-3 – зачет, УО-4 – экзамен; ПР – письменная работа: ПР-1 – тест, ПР-2 – контрольная работа, ПР-3 – эссе, ПР-4 – реферат, ПР-5 – курсовая работа, ПР-6 – научно-учебный отчет по практике, ПР-7 – отчет по НИРС; ИЗ – индивидуальное задание; ТС – контроль с применением технических средств: ТС-1 – компьютерное тестирование, ТС-2 – учебные задачи, ТС-3 – комплексные ситуационные задачи.

3.2. Содержание занятий по видам учебной работы

Таблица 4 – Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины / темы занятия	Содержание
Семестр 6		
<i>Содержание лекционного курса</i>		
<i>Теория коммуникации</i>		
1	Теоретико-методологические основания науки о коммуникациях	Теория коммуникации как интегральная научная дисциплина. Коммуникативный подход к социальным явлениям. Объект, предмет и методология теории коммуникации.
2	Категория коммуникации: сущность и основные подходы к определению.	Сущность коммуникации. Субстанционально-интерактивный подход. Понимание коммуникации в различных парадигмах.
3	Понятие и первичная типология коммуникативного действия	Коммуникативное действие источника. Понятие коммуникативного акта. Типология коммуникативных актов.
4	Процессно-информационный (трансмиссионный) подход к коммуникации	Общая характеристика процессно-информационного подхода. Модель коммуникации Р.Лассуэла. Математическая модель коммуникации Шеннона-Уивера. Модель Дж.Гербнера. Социально-психологическая модель Т.Ньюкомба. Интегральная (обобщенная) модель Б.Вестли и М.Маклина. Трансакционная модель коммуникации.
5	Семиотический методологический подход	Общая характеристика семиотического подхода к коммуникации. Понятие и структура знака. Типология знаков. Свойства и принципы функционирования знаков и знаковых систем. Три измерения знаковой теории. Синтактика, семантика и прагматика.
6	Коммуникативная личность	Понятие и структура личности. Коммуникативная личность: сущность и содержание. Трансакционная модель коммуникативной личности. Языковая личность. Коммуникативная компетентность личности.
7	Информационное общество: сущность, концептуальные подходы, основные характеристики	Постиндустриальное общество. Информационное общество. Преимущества и проблемы.
8	Социально-коммуникативные технологии	Сущность, структура и функции социально-коммуникативных технологий.
<i>Социология коммуникации как отраслевая социология</i>		
9	Социология коммуникаций как отрасль социологической науки	Социология коммуникации как научная дисциплина. Основные понятия социологии коммуникации. Основания и типология социальной коммуникации. Виды коммуникативных потребностей и их значение для человека.
10	Социологический анализ уровней социальной коммуникации	Семиотический уровень коммуникации. Лингвистический (языковой) уровень коммуникации. Металингвистический (метаязыковой) уровень. Паралингвистический уровень. Синтетический уровень.
11	Методология и методы изучения социальной коммуникации	Понятие системности в современных науках. Система языка и коммуникативная система. Прикладные исследования коммуникативных процессов. Типология коммуникации. Коммуникация как система. Ее связь с другими подсистемами общества и техносферой.
12	Социальная информация. Значение технических средств при формировании и	Понятие информации. Виды информации. Языки информирования. Информационное общество.

	передаче социальной информации.	
13	Межличностная коммуникация как объект социологических исследований	Сущность, функции и особенности межличностной коммуникации. Личность как субъект языка и коммуникации. Условия эффективности межличностной коммуникации. Гендерный аспект межличностной коммуникации.
14	Групповая коммуникация: сущность и социологические составляющие	Социальная группа, социальная организация. Понятие, виды, функции групповой коммуникации. Особенности групповой коммуникации. Средства повышения эффективности общения в различного рода группах.
15	Социологические подходы к анализу коммуникации.	Различные подходы к обоснованию социальной коммуникации, к пониманию социальной информации (Г.Дж.Мид, М.Вебер, Ю.Хабермас, Н. Луман и др.). Механистические и немеханистические модели социальной коммуникации
<i>Содержание практических занятий</i>		
<i>Теория коммуникации</i>		
1	Теоретические подходы к определению коммуникации.	Учебная ролевая игра – пресс-конференция.
2	Модели коммуникации	Понятие и структура механической модели коммуникации. Немеханическая модель коммуникации.
3	Коммуникативные процессы	Единицы анализа коммуникативного акта. Структура коммуникативного акта по схеме Лассуэла. Типологический анализ конкретных коммуникативных ситуаций.
4	Каналы коммуникации	Понятие каналов коммуникации. Вербальные каналы коммуникации. Невербальные каналы коммуникации.
5	Виды коммуникативных систем	Круглый стол. Вопросы: Характеристики естественных коммуникативных систем. Примеры естественных коммуникативных систем. Тенденции развития естественных коммуникативных систем. Свойства и примеры искусственных коммуникативных систем. Взаимодействие искусственных и естественных коммуникативных систем.
6	Коммуникативная личность	Понятие языковой личности. Параметры коммуникативной личности. Типы коммуникативной личности.
<i>Социология коммуникации как отраслевая социология</i>		
7	Предметные основы социологии коммуникации	Понятие коммуникации. Основные подходы к анализу коммуникации.
8	Социологический подход к анализу коммуникации	Стратификационные факторы коммуникации. Ситуативные факторы. Оценочные факторы.
9	Анализ текста интервью в СМИ с позиций уровней коммуникации.	Кейс-стади. Анализ текста с позиций уровней коммуникации: семиотического, лингвистического, металингвистического, паралингвистического.
10	Семиотический анализ коммуникации	Сущность и особенности семиотического подхода. Структура семиотики как науки. Анализ коммуникации с позиций семиотики.

11	Социальные функции коммуникации	Классификация функций коммуникации. Значение средств коммуникации.
12	Основные парадигмы социологии коммуникации	Теория социального обмена. Символический интеракционизм. Драматургический подход Э.Гофмана.
13	Особенности межличностной коммуникации	Характеристики межличностной коммуникации. Теоретические подходы к анализу межличностной коммуникации.
14	Модели межличностной коммуникации с представителями разных поколений.	Учебная ролевая игра. Разработка моделей коммуникации с разными поколениями. Защита моделей.
15	Специфика групповой коммуникации	Виды социальных групп. Процессы, связанные с групповой коммуникацией.
16	Организационная коммуникация	Виды и уровни организационной коммуникации. Понятие и значение коммуникационного менеджмента.
17	Гендерная коммуникация	Особенности гендерной коммуникации. Основные направления исследований гендерной коммуникации.
18	Возрастная коммуникация	Виды возрастной коммуникации. Понятие возрастной коммуникации.
19	Межкультурная коммуникация	Сущность и разновидности межкультурной коммуникации. Актуальные проблемы межкультурной коммуникации.
20	Значение коммуникаций для преодоления экономического кризиса на АВТОВАЗЕ.	Кейс-стади. Анализ текста. Ответы на вопросы.
7 семестр		
<i>Содержание лекционных занятий</i>		
Деятельность СМИ: функциональный подход		
1	Возникновение массовых коммуникаций	Развитие коммуникации в человеческом обществе. Коммуникация как фактор стабильности и развития социума. Исторические истоки развития коммуникационных сетей. Средства массовой коммуникации и трансформационные тенденции развития человечества.
2	Виды коммуникации как социальные коммуникативные подсистемы	Характеристики различных способов передачи информации. Оформление массовой коммуникации как социального института. Новые информационные возможности для аудитории.
3	Средства массовой коммуникации как теоретическая модель	Средства массовой коммуникации – основные характеристики. Содержание процессов коммуникации в массовом обществе. Аудитория средств массовой коммуникации. Интересы аудитории как фактор деятельности СМК.
4	Функции и роли СМК	Функциональный подход к деятельности средств массовой коммуникации. Докоммуникативная и коммуникативная стадии. Условия возникновения эффективной коммуникации.
5	Воздействие информации на потребителя – посткоммуникативная стадия	Стадии воздействия СМК на потребителя. Воздействие в терминах эффекта и эффективности. Стратегии изучения эффективности воздействия СМК, Изучение воздействия СМК как движущей силы развития науки о коммуникации. Эволюция представлений социологов о роли СМК в жизни общества и индивида.
Деятельность средств массовой коммуникации как реализация интересов социальных субъектов		

6	Существование государства и средств массовой коммуникации	Роль государства в исторической ретроспективе. Средства массовой коммуникации как четвертая власть. Свобода слова- идеал и практика. Четыре теории прессы.
7	Практика взаимодействия власти и прессы	Законодательная и исполнительная власть и пресса. Зарубежная и российская практика: современные тенденции.
8	Пресса и интересы политических сил: особенности коммуникации в современном обществе	Увеличение роли политической коммуникации. Роль рекламы в презентации политических сил. Формы коммуникации политика. Составляющие политической рекламы.
9	Опросы общественного мнения в политической коммуникации	Пресса и опросы общественного мнения. Социологические размышления над результатами выборов в Государственную думу
10	Средства массовой коммуникации и бизнес	СМК как индустрия. Пресса и коммерческая реклама. Возможности рекламодателей влиять на редакционную политику. Пресса и структуры по связям с общественностью. Корпоративные издания.
11	Средства массовой коммуникации в интересах личности, общества в целом	Личность и СМК. Свобода слова и права личности. Социальная реклама в СМК. Актуальные проблемы определения социальной рекламы. Характеристики социальной рекламы.
<i>Социологические исследования коммуникативного процесса</i>		
12	Исследования коммуникатора	Понятие коммуникатора. Отношение к информационному каналу. Критерии отбора новостей.
13	Способы организации СМК в национальных границах	Способы анализа организации СМК. Современные тенденции мирового рынка печатной прессы. Тенденции в организации теле-и радиовещания. Состояние медиарынка в России. Глобализация информационных процессов.
14	Анализ содержания массовой коммуникации	Отличие метода контент-анализа от других способов анализа текстов. Социологический анализ содержания как процедура измерения. Цели обращения к методу контент-анализа. Анализ текста в разных средствах информации и искусства.
15	Исследование текста как научная процедура	Программа исследования текста. Единица анализа текста. Инструкция кодировщика. Проблемы машинной обработки информации. Выбор единиц наблюдения. Полевой этап исследования. Интерпретация результатов.
16	Социологические исследования аудитории средств массовой коммуникации	Аудитория как итоговый этап коммуникации. Порождение социологического знания об аудитории. Аудиторное поведение и его социальный фон. Способы измерения теле-, радиоаудитории. Качественные методики изучения аудитории.
<i>Содержание семинарских занятий</i>		
1	Массовая коммуникация как предмет научного анализа. Особенности социологического анализа массовой коммуникации.	
2	Понятие средств массовой коммуникации (СМК).	
3	Профессиональная деятельность специалиста-социолога в области массовых коммуникаций.	
4	Основные этапы, направления и школы социологии массовой коммуникации.	
5	Понятие "коммуникатор". Коммуникатор и источник информации. Коммуникатор и аудитория. Коммуникатор и владелец СМК.	
6	Анализ содержания как метод социологического исследования.	
7	Текст как показатель намерений коммуникатора.	
8	Аудитория как объект и субъект коммуникации.	
9	Социологические методы изучения аудитории: опрос, наблюдение, интервью,	

	электронные способы изучения аудитории.
10	СМК как социальная подсистема.
11	МК в современном обществе: функциональный подход.
12	Объект исследования социологии массовых коммуникаций.
13	Социология массовой коммуникации как наука
14	Специфика функций отдельных средств массовой информации как следствие различий их выразительных средств.
15	Социологические способы исследования коммуникатора (опрос, интервью, анализ содержания материалов коммуникации).
16	Современные тенденции мирового газетного рынка, телевидения, радио.

4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации

Для положительной оценки по результатам освоения дисциплины обучающемуся необходимо выполнить все установленные виды учебной работы. Оценка результатов работы обучающегося в баллах (по видам) приведена в таблице 7.

Таблица 4.1 - Балльно-рейтинговая оценка результатов учебной работы обучающихся по видам (БРС). 6 семестр

Учебная работа (виды)	Сумма баллов	Виды и результаты учебной работы	Оценка в аттестации	Баллы (18 недель)
Текущая учебная работа в семестре (Посещение занятий по расписанию и выполнение заданий)	80	Лекционные занятия (конспект) (16 занятий)	1 балл - посещение 1 лекционного занятия	16
		Работа на семинарах (20 занятий)	1 балл - посещение 1 практического занятия 2 балла – посещение 1 занятия и выполнение работы на 51-65% 3 балла - самостоятельность и выполнение работы на 66-85 % 4 балла - вклад на занятии в работу всей группы, самостоятельность и выполнение работы на 66-85 % 5 баллов – существенный вклад на занятии в работу всей группы, самостоятельность и выполнение работы на 86-100%	20-80
		Индивидуальное задание (5-7 заданий)	7 баллов (пороговое значение) 10 баллов (максимальное значение)	7-10
Итого по текущей работе в семестре				51 - 100
тест	20	Решение заданий части А.	2,5 балла (пороговое значение) 5 баллов (максимальное значение)	2,5-5
		Решение заданий части В.	2,5 балла (пороговое значение) 5 баллов (максимальное значение)	2,5-5
		Решение заданий части С.	3 балла (пороговое значение) 5 баллов (максимальное значение)	6-10
Итого по промежуточной аттестации (зачету)				11 – 20 б. (51 – 100% по приведенной шкале)
Суммарная оценка по дисциплине: Сумма баллов текущей и промежуточной аттестации				51 – 100 б.

Таблица 4.2 - Балльно-рейтинговая оценка результатов учебной работы обучающихся по видам (БРС). 7 семестр

Учебная работа (виды)	Сумма баллов	Виды и результаты учебной работы	Оценка в аттестации	Баллы (18 недель)
Текущая учебная работа в семестре (Посещение занятий по расписанию и выполнение заданий)	80	Лекционные занятия (конспект) (16 занятий)	1 балл - посещение 1 лекционного занятия	16
		Работа на семинарах (16 занятий)	1 балл - посещение 1 практического занятия 2 балла – посещение 1 занятия и выполнение работы на 51-65% 3 балла - самостоятельность и выполнение работы на 66-85 % 4 балла - вклад на занятии в работу всей группы, самостоятельность и выполнение работы на 66-85 % 5 баллов – существенный вклад на занятии в работу всей группы, самостоятельность и выполнение работы на 86-100%	16-80
		Индивидуальное задание	7 баллов (пороговое значение) 10 баллов (максимальное значение)	7-10
Итого по текущей работе в семестре				51 - 100
тест	20	Решение заданий части А.	2,5 балла (пороговое значение) 5 баллов (максимальное значение)	2,5-5
		Решение заданий части В.	2,5 балла (пороговое значение) 5 баллов (максимальное значение)	2,5-5
		Решение заданий части С.	3 балла (пороговое значение) 5 баллов (максимальное значение)	6-10
Итого по промежуточной аттестации (зачету)				11 – 20 б. (51 – 100% по приведенной шкале)
Суммарная оценка по дисциплине: Сумма баллов текущей и промежуточной аттестации				51 – 100 б.

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Учебная литература

Основная учебная литература

1. Цветкова, И. В. Социология коммуникации : учебно-методическое пособие / И. В. Цветкова, Е. В. Желнина. — Тольятти : ТГУ, 2016. — 92 с. — ISBN 978-5-8259-0985-1. — URL: <https://e.lanbook.com/book/140089> (дата обращения: 24.10.2020). — Текст : электронный .

2. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — URL: <https://urait.ru/bcode/450795> (дата обращения: 27.08.2020). — Текст : электронный.

3. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 603 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3195-2. — URL: <https://urait.ru/bcode/425831> (дата обращения: 27.08.2020). — Текст : электронный.

Дополнительная учебная литература

1. Чамкин, А. С. Социология коммуникации: Учебное пособие / А.С. Чамкин. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 295 с. (Высшее образование: Бакалавриат). - . — URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=344978> (дата обращения: 27.08.2020). — Текст : электронный.

2. Кашкин, В.Б. Введение в теорию коммуникации /В. Б. Кашкин. - Москва:

ФЛИНТА, 2013. - 224 с. . — URL:<http://e.lanbook.com/book/44281> (дата обращения: 27.08.2020). — Текст : электронный.

3. Ореховская, Н. А. Социальные коммуникации: Учебник / Н.А. Ореховская. - Москва: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. (Бакалавриат). — URL:<http://znanium.com/bookread2.php?book=448967> (дата обращения: 27.08.2020). — Текст: электронный.

4. Баранова, Е.В. Социология массовой коммуникации: учебное пособие / Е.В. Баранова. - Электронные текстовые данные. - Минск :Вышэйшая школа, 2012. - 176 с. . — URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=136231> (дата обращения: 27.08.2020). — Текст : электронный.

5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Учебные занятия проводятся в учебных аудиториях НФИ КемГУ.

Учебная аудитория (мультимедийная) для проведения:

- занятий лекционного типа;
- занятий семинарского (практического) типа;
- текущего контроля и промежуточной аттестации;
- государственной итоговой аттестации.

Специализированная (учебная) мебель: доска меловая, кафедра, столы, стулья.

Оборудование для презентации учебного материала: стационарное -компьютер, экран, проектор.

Используемое программное обеспечение: MSWindows (MicrosoftImaginePremium 3 year по лицензионному договору № 1212/КМР от 12.12.2018 г. до 12.12.2021 г.), LibreOffice (свободно распространяемое ПО), FoxitReader (свободно распространяемое ПО), Firefox 14 (свободно распространяемое ПО), Яндекс.Браузер (отечественное свободно распространяемое ПО).

Интернет с обеспечением доступа в ЭИОС.

5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Перечень СПБД и ИСС по дисциплине:

Институт социологии РАН: сайт. – Москва, 2010. – URL: <http://www.isras.ru> (дата обращения: 03.09.2020). – Текст: электронный.

Вестник Института социологии РАН: сайт. – Москва, 2010. – URL: <http://www.vestnik.isras.ru> (дата обращения: 03.09.2020). – Текст: электронный.

Социологические исследования. Журнал: сайт. – Москва, 2010. – URL: <http://www.isras.ru/socis.html> (дата обращения: 03.09.2020). – Текст: электронный.

Социологический журнал: сайт. – Москва, 2010. – URL: <http://www.isras.ru/Socioloicalmagazine.html> (дата обращения: 03.09.2020). – Текст: электронный.

Фонд общественное мнение. Исследования: сайт. – Москва, 2010. – URL: <http://www.fom.ru/> (дата обращения: 03.09.2020). – Текст: электронный.

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) : сайт. – URL: <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.

6 Иные сведения и (или) материалы

6.1. Примерные темы письменных учебных работ

Примерные задания тестового контроля

Семестр 6. Блок. Социология коммуникации как наука

1. Социология коммуникации оформилась в самостоятельное научное направление:
 - В 30-е годы 20 в.
 - В первое десятилетие 21 века.
 - В 90-е годы 20 в.
 - В 30-е годы 20 в.
2. Коммуникацию как внутреннюю метафизическую способность личности открывать в себе чувства рассматривают представители
 - Бихевиоризма.
 - Персонализма.
 - Структурного функционализма.
3. Вставьте нужные слова в определение «Для социологии коммуникации необходимо знать, какие _____ признаки индивидов являются существенными и несущественными в различных условиях коммуникации.
 - Социально обусловленные.
 - Индивидуально-личностные.
 - Ситуационные.
 - Организационно-управленческие.
4. Укажите основные элементы процесса коммуникации:
 - Сообщение.
 - Объект.
 - Коммуникант.
 - Предмет.
 - Реципиент.
5. Процесс одновременного речевого взаимодействия коммуникантов и их воздействие друг на друга – это _____ коммуникация.
 - Внутриличностная.
 - Межличностная.
 - Групповая.
 - Массовая.
6. Эта характеристика межличностной коммуникации, которая не позволяет изменить сказанное – это
 - Неизбежность.
 - Необратимость.
 - Непосредственная обратная связь.
 - Многоканальность.
7. Какова роль члена группы, контролирующего потоки сообщений?
 - Лидер мнений.
 - Сторож.
 - Космополит.
 - Связной.
8. Организационная коммуникация, осуществляемая между различными уровнями иерархии, иначе называется _____ коммуникацией.
 - Внешней.
 - Внутренней.
 - Вертикальной.
 - Горизонтальной.

Семестр 7. Блок. Массовая коммуникация.

1. Кто из социологов разработал теорию социального пространства?
 - а. Джорджа Гербнер
 - б. Пьера Бурдьё
 - в. Николаса Лумана
 - г. Юргена Хабермаса

2. *Расставьте в хронологическом порядке основные теории медиавоздействия*
 - а. Теории умеренного воздействия
 - б. Теории ограниченного воздействия
 - в. Теория сильного воздействия
 - г. Теории неограниченного воздействия
3. *Что из перечисленного ниже характерно для современной прессы?*
 - а. В прессе становится меньше рекламы
 - б. Исчезают публикации из номера в номер
 - в. Повышается уровень подписки
 - г. Пресса остается одним из ведущих аналитиков новостей
 - д. Пресса приобретает скандальный, желтый характер
 - е. Происходит спад регулярного чтения
 - ж. Увеличивается регулярность выхода изданий
4. *Кто из указанных ниже экспертов описывает интернет как гипермедиа*
 - а. Д. Дьениг
 - б. Е. Морозов
 - в. Т. Нельсон
 - г. Э. Гидденс
5. *Кто из социологов участвовал в разработке концепции информационного общества (возможны несколько вариантов)*
 - а. Клод Шеннон
 - б. Даниил Белл
 - в. Норберт Винер
 - г. Олвин Тоффлер
6. *Кто из социологов разработал теорию аутопойезисных систем?*
 - а. Джорджа Гербнер
 - б. Пьера Бурдьё
 - в. Николаса Лумана
 - г. Юргена Хабермаса
7. *Кто из указанных ниже экспертов описывает феномен «twitter - революций»*
 - а. Д. Дьениг
 - б. Е. Морозов
 - в. Т. Нельсон
 - г. Э. Гидденс
8. *СМК и многие коммуникативные действия Маклюэн рассматривает, как:*
 - а. передача эмоций
 - б. расширение сознания человека
 - в. расширение возможностей
 - г. расширение эмоций
9. *Коммуникативная специфика и функции современного радио ориентированы на:*
 - а. Радио является фоновым медиа и главные ее функции информативная и рекреативная
 - б. Радио является самым оперативным из электронных СМИ
 - в. Главная функция радио - коммуникативная. В эфире радиопередач люди общаются, причем не только ведущие с героями, но и слушатели.
10. *Результатом манипулятивного воздействия является:*
 - а. включение субъекта в манипулятивную транзакцию
 - б. изменение представлений и мнений объекта воздействия
 - в. действия объекта по новой программе
 - г. вера объекта в информациб, распространяемую СМИ

Темы эссе:

1. Коммуникация на различных этапах развития общества.
2. Значение техники и технологий для развития коммуникации.
3. Коммуникации и общение в информационном обществе.
4. Влияние информационного общества на экономические, политические процессы.
5. Взаимосвязи процессов глобализации и информатизации.
6. Технологии манипуляции сознанием в религиозных организациях.
7. Восприятие слоганов рекламной коммуникации потребительской аудиторией.
8. Формальная структура слогана в рекламных коммуникациях.
9. Коммуникативный аспект молодежной политики.
10. Анализ содержания политической коммуникации в журналах Коммерсант-Власть, Эксперт-Власть.
11. Форма и семантика названий организаций сферы торговли и услуг г. Новокузнецка.
12. Анализ темы ипотечного кредитования в региональной прессе.
13. Приемы манипуляции в женских журналах.
14. Коммуникативный аспект региональных избирательных компаний.
15. Образ женщины-политика в прессе.
16. Социальные функции бесплатной прессы г. Новокузнецка.
17. Конструирование гендерных ролей в американских мультфильмах.
18. Социальные роли в мультфильмах Уолта Диснея 90-х гг. XX в.

Примерные индивидуальные задания

1. Студент письменно анализирует научные публикации о модернизации российского общества. Например. Головашина О. В. Вместо дела. Политический дискурс о модернизации //Ineternum. – 2012. – Выпуск № 1 (6).

Анализ предполагает ответы на вопросы:

С какими проблемами сталкиваются специалисты различных сфер при научном изучении модернизации?

2. Какие виды коммуникативных систем используются для описания модернизации? Приведите примеры из текста.

3. Какие противоречия наблюдаются между коммуникативными системами при описании процессов модернизации? В чем практическая значимость описания процессов модернизации?

4. Охарактеризуйте в соответствии с вариантом (А, Б, В, Г) компанию, дайте общие сведения о ней: А – компания, производящая продукты питания; Б – компания, производящая косметическую продукцию; В – компания, выпускающая бытовую технику; Г – телекоммуникационная компания.

№	Аспект деятельности	характеристика
1	Общие сведения	
2	Сфера деятельности	
3	Выпускаемая продукция	
4	Месторасположение	
5	Наличие представительства в других регионах, государствах	
6	Партнеры	
7	Поставщики	
8	Потребители	
9	Посредники	

6.2. Примерные вопросы и задания / задачи для промежуточной аттестации

Таблица 5.1 - Примерные теоретические вопросы и практические задания к экзамену. 6 семестр

Разделы и темы	Примерные теоретические вопросы
Семестр 6	
Теоретико-методологические основания науки о коммуникациях	Теория коммуникации как интегральная научная дисциплина. Коммуникативный подход к социальным явлениям. Объект, предмет и методология теории коммуникации.
Категория коммуникации: сущность и основные подходы к определению.	Сущность коммуникации. Субстанционально-интерактивный подход. Понимание коммуникации в различных парадигмах.
Понятие и первичная типология коммуникативного действия	Коммуникативное действие источника. Понятие коммуникативного акта. Типология коммуникативных актов.
Процессно-информационный (трансмиссионный) подход к коммуникации	Общая характеристика процессно-информационного подхода. Модель коммуникации Р.Лассуэла. Математическая модель коммуникации Шеннона-Уивера. Модель Дж.Гербнера. Социально-психологическая модель Т.Ньюкомба. Интегральная (обобщенная) модель Б.Вестли и М.Маклина. Трансакционная модель коммуникации.
Семиотический методологический подход	Общая характеристика семиотического подхода к коммуникации. Понятие и структура знака. Типология знаков. Свойства и принципы функционирования знаков и знаковых систем. Три измерения знаковой теории. Синтактика, семантика и прагматика.
Коммуникативная личность	Понятие и структура личности. Коммуникативная личность: сущность и содержание. Трансакционная модель коммуникативной личности. Языковая личность. Коммуникативная компетентность личности.
Информационное общество: сущность, концептуальные подходы, основные характеристики	Постиндустриальное общество. Информационное общество. Преимущества и проблемы.
Социально-коммуникативные технологии	Сущность, структура социально-коммуникативных технологий. Функции социально-коммуникативных технологий.
Социология коммуникаций как отрасль социологической науки	Социология коммуникации как научная дисциплина. Основные понятия социологии коммуникации. Основания и типология социальной коммуникации. Виды коммуникативных потребностей и их значение для человека.
Социологический анализ уровней социальной коммуникации	Семиотический уровень коммуникации. Лингвистический (языковой) уровень коммуникации. Металингвистический (метаязыковой) уровень. Паралингвистический уровень. Синтетический уровень.
Методология и методы изучения социальной коммуникации	Понятие системности в современных науках. Система языка и коммуникативная система. Прикладные исследования коммуникативных процессов. Типология коммуникации. Коммуникация как система. Ее связь с другими подсистемами общества и техносферой.
Социальная информация.	Понятие информации. Виды информации.

Значение технических средств при формировании и передаче социальной информации.	Языки информирования..
Межличностная коммуникация как объект социологических исследований	Сущность, функции и особенности межличностной коммуникации. Личность как субъект языка и коммуникации. Условия эффективности межличностной коммуникации. Гендерный аспект межличностной коммуникации.
Групповая коммуникация: сущность и социологические составляющие	Социальная группа, социальная организация. Понятие, виды, функции групповой коммуникации. Особенности групповой коммуникации. Средства повышения эффективности общения в различного рода группах.
Социологические подходы к анализу коммуникации.	Различные подходы к обоснованию социальной коммуникации, к пониманию социальной информации (Г. Дж. Мид, М. Вебер, Ю. Хабермас, Н. Луман и др.). Механистические и немеханистические модели социальной коммуникации

Таблица 5.2 - Примерные теоретические вопросы и практические задания к зачету с оценкой. 7 семестр

Разделы и темы	Примерные теоретические вопросы
Семестр 7	
Возникновение массовых коммуникаций	Развитие коммуникации в человеческом обществе. Коммуникация как фактор стабильности и развития социума. Исторические истоки развития коммуникационных сетей. Средства массовой коммуникации и трансформационные тенденции развития человечества.
Виды коммуникации как социальные коммуникативные подсистемы	Характеристики различных способов передачи информации. Оформление массовой коммуникации как социального института.
Средства массовой коммуникации как теоретическая модель	Средства массовой коммуникации – основные характеристики. Содержание процессов коммуникации в массовом обществе. Аудитория средств массовой коммуникации. Интересы аудитории как фактор деятельности СМИ.
Функции и роли СМИ	Функциональный подход к деятельности средств массовой коммуникации. Докоммуникативная и коммуникативная стадии. Условия возникновения эффективной коммуникации.
Воздействие информации на потребителя – посткоммуникативная стадия	Стадии воздействия СМИ на потребителя. Воздействие в терминах эффекта и эффективности. Стратегии изучения эффективности воздействия СМИ. Изучение воздействия СМИ как движущей силы развития науки о коммуникации. Эволюция представлений социологов о роли СМИ в жизни общества и индивида.
Существование государства и средств массовой коммуникации	Роль государства в исторической ретроспективе. Средства массовой коммуникации как четвертая власть. Свобода слова- идеал и практика. Четыре теории прессы.
Практика взаимодействия власти и прессы	Законодательная и исполнительная власть и пресса. Зарубежная и российская практика: современные тенденции.
Пресса и интересы политических сил: особенности коммуникации в	Увеличение роли политической коммуникации. Роль рекламы в презентации политических сил. Формы коммуникации политика. Составляющие политической рекламы.

современном обществе	
Опросы общественного мнения в политической коммуникации	Пресса и опросы общественного мнения Социологические размышления над результатами выборов в Государственную думу
Средства массовой коммуникации и бизнес	СМК как индустрия. Пресса и коммерческая реклама. Возможности рекламодателей влиять на редакционную политику. Пресса и структуры по связям с общественностью. Корпоративные издания.
Средства массовой коммуникации в интересы личности, общества в целом	Личность и СМК. Свобода слова и права личности. Социальная реклама в СМК. Актуальные проблемы определения социальной рекламы. Характеристики социальной рекламы.
Исследования коммуникатора	Понятие коммуникатора. Отношение к информационному каналу. Критерии отбора новостей.
Способы организации СМК в национальных границах	Способы анализа организации СМК. Современные тенденции мирового рынка печатной прессы. Тенденции в организации теле-и радиовещания. Состояние медиарынка в России. Глобализация информационных процессов.
Анализ содержания массовой коммуникации	Отличие метода контент-анализа от других способов анализа текстов. Социологический анализ содержания как процедура измерения. Цели обращения к методу контент-анализа. Анализ текста в разных средствах информации и искусства.
Исследование текста как научная процедура	Программа исследования текста. Единица анализа текста. Инструкция кодировщика. Проблемы машинной обработки информации. Выбор единиц наблюдения. Полевой этап исследования. Интерпретация результатов.
Социологические исследования аудитории средств массовой коммуникации	Аудитория как итоговый этап коммуникации. Порождение социологического знания об аудитории. Аудиторное поведение и его социальный фон. Способы измерения теле-, радиоаудитории. Качественные методики изучения аудитории.

Примерные практические задания:

1. Какое влияние оказывает технический прогресс на коммуникационный процесс? Приведите примеры.
2. Приведите примеры понимания социальной коммуникации в различных социологических теориях.
3. Охарактеризуйте значение мотивов и целей коммуникации с позиций теории речевой деятельности.
4. Какие условия обеспечивают эффективность межличностной коммуникации.
5. Составьте и опишите основные модели групповой коммуникации.
6. Каковы особенности групповой коммуникации семьи? Группы друзей? Студенческой группы?
7. Проанализируйте изменения во взаимодействии подсистем коммуникации, которые происходят под влиянием информационных технологий.
8. Приведите примеры коммуникации для различных социальных уровней.
9. Приведите примеры коммуникативных систем.
10. Приведите примеры методов, которые применяются в конкретных эмпирических исследованиях коммуникативных процессов и систем.

Составитель (и): Демчук Н.В., канд.социол.наук, доцент

(фамилия, инициалы и должность преподавателя (ей))