

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
ПСИХОЛОГИИ И СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ»
(СПбГИПСР)**

КАФЕДРА ПРИКЛАДНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ И КОНФЛИКТОЛОГИИ

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной программы
доктор педагогических наук, профессор кафедры
теории и технологии социальной работы

С.С. Лебедева

«10» июня 2021

Рабочая программа дисциплины

СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

по образовательной программе 39.04.02 Социальная работа

«Инновационные практики в социальной сфере»

Разработчик: канд. культурологии, доцент Мишина Ирина Васильевна

Санкт-Петербург

2021

РАЗДЕЛ 1. Учебно-методический раздел рабочей программы дисциплины

1.1. Аннотация рабочей программы дисциплины СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Цель изучения дисциплины: формирование и развитие компетенций, обуславливающих эффективность профессиональной деятельности в сфере использования технологий массовых коммуникаций для предупреждения и разрешения конфликтов.

Задачи дисциплины:

1. Изучить технологии и средства воздействия массовых коммуникаций на общественное сознание и отдельные его компоненты;
2. Освоить методики исследования воздействия массовых коммуникаций на индивидуальное и общественное сознание;
3. Овладеть способностями анализировать, оценивать и корректировать характер и степень влияния массовых коммуникаций на условия и результаты реализации технологий предупреждения и разрешения конфликтов.

Содержание дисциплины:

Социология массовых коммуникаций как наука: объект, предмет, основные направления исследований

Социальные функции массовых коммуникаций и технологии их реализации

Основные направления и средства воздействия массовых коммуникаций на общественное и индивидуальное сознание.

Массовые коммуникации как фактор развития культуры современного общества.

1.2. Цель и задачи обучения по дисциплине

Цель – формирование и развитие компетенций, обуславливающих эффективность профессиональной деятельности в сфере использования технологий массовых коммуникаций для предупреждения и разрешения конфликтов.

Задачи:

4. Изучить технологии и средства воздействия массовых коммуникаций на общественное сознание и отдельные его компоненты;
5. Освоить методики исследования воздействия массовых коммуникаций на индивидуальное и общественное сознание;
6. Овладеть способностями анализировать, оценивать и корректировать характер и степень влияния массовых коммуникаций на условия и результаты реализации технологий предупреждения и разрешения конфликтов.

В случае успешного освоения дисциплины студенты **должны:**

знать:

- средства и технологии воздействия массовых коммуникаций на индивидуальное и общественное сознание;
- направления и механизмы трансформации современной социокультурной ситуации под влиянием массовой коммуникации;
- функции массовых коммуникаций в системе профессиональной деятельности;

– принципы и методы анализа эффективности средств массовой коммуникации в ходе предупреждения и разрешения конфликтов.

уметь:

– выявлять характер и степень психологического воздействия средств массовой информации в современных социокультурных условиях;

– осуществлять оценку эффективности средств массовой коммуникации в ходе предупреждения и разрешения конфликтов;

– использовать средства массовых коммуникаций в ходе разработки программ разрешения конфликтных ситуаций.

иметь навыки:

– исследования психологического воздействия массовых коммуникаций в современных социокультурных условиях;

– изучения эффективности технологий массовых коммуникаций в ходе реализации программ разрешения конфликтных ситуаций;

– определения и оценки функций массовых коммуникаций как конфликтогенного фактора и средства предупреждения и урегулирования конфликтов.

1.3. Язык обучения

Язык обучения – русский.

1.4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий, самостоятельную работу, форму промежуточной аттестации*

| Форма обучения | Общий объем дисциплины | | | Объем в академических часах | | | | | | | | |
|----------------|------------------------|-----------------|-----------------|------------------------------|--|-----------------------|--------------------------|---------------------------|------------------------|-----------------------------|--|----------------------------------|
| | В зачед. | В астрон. часах | В академ. часах | Объем самостоятельной работы | Объем контактной работы обучающихся с преподавателем | | | | | | В том числе контактная работа (занятия) в интерактивных формах | Промежуточная аттестация (зачет) |
| | | | | | Всего | Виды учебных занятий | | | | | | |
| | | | | | | Всего учебных занятий | Занятия лекционного типа | Занятия семинарского типа | Групповые консультации | Индивидуальные консультации | | |
| Очная | 2 | 54 | 72 | 38 | 34 | 32 | 12 | 20 | - | - | 10 | 2 |
| Заочная | 2 | 54 | 72 | 62 | 10 | 8 | - | - | 8 | - | 4 | 2 |

* В случае реализации смешанного обучения рабочая программа дисциплины адаптируется преподавателем в части всех видов учебных занятий и промежуточной аттестации к использованию дистанционных образовательных технологий.

1.5. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

| Планируемые результаты обучения по образовательной программе (перечень компетенций в соответствии с ФГОС и ОПОП) | Планируемые результаты обучения по дисциплине (перечень компетенций по дисциплине) |
|--|---|
| с УК-1 по УК-6, с ОПК-1 по ОПК-4, с ПК-1 по ПК-10 | - способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (УК-5) - способен объяснять и прогнозировать социальные явления и процессы, выявлять социально значимые проблемы и выработать пути их решения на основе анализа и оценки профессиональной информации, научных теорий и концепций (ОПК-2). |

РАЗДЕЛ 2. Структура и содержание дисциплины

2.1. Учебно-тематический план дисциплины

Очная форма обучения

| Тема (раздел) дисциплины (указывается номер темы, название) | Общее кол-во аудиторных часов | Общее кол-во часов на занятия лекционного типа | Общее кол-во часов на занятия семинарского типа | |
|--|-------------------------------|--|---|---------------------|
| | | | Всего | Интерактивные формы |
| Тема 1. Социология массовых коммуникаций как наука: объект, предмет, основные направления исследований | 6 | 2 | 4 | - |
| Тема 2. Социальные функции массовых коммуникаций и технологии их реализации | 4 | 2 | 2 | 2 |
| Тема 3. Основные направления и средства воздействия массовых коммуникаций на общественное и индивидуальное сознание. | 6 | 2 | 4 | 4 |
| Тема 4. Массовые коммуникации как фактор развития культуры современного общества. | 16 | 6 | 10 | 4 |
| Итого: | 32 | 12 | 20 | 10 |

Заочная форма обучения

| Тема (раздел) дисциплины (указывается номер темы, название) | Общее кол-во аудиторных часов | Общее кол-во часов на занятия лекционного типа | Общее кол-во часов на занятия семинарского типа | |
|--|-------------------------------|--|---|----------------------------|
| | | | Всего | Из них интерактивные формы |
| Тема 1. Социология массовых коммуникаций как наука: объект, предмет, основные направления исследований | 2 | - | - | - |
| Тема 2. Социальные функции массовых коммуникаций и технологии их реализации | 2 | - | - | - |
| Тема 3. Основные направления и средства воздействия массовых коммуникаций на общественное и индивидуальное сознание. | - | - | - | - |
| Тема 4. Массовые коммуникации как фактор развития культуры современного общества. | - | - | - | - |
| Итого: | 8 | - | - | - |

2.2. Краткое содержание тем (разделов) дисциплины.

Тема 1. Социология массовых коммуникаций как наука: объект, предмет, основные направления исследований

Социология массовых коммуникаций: объект, предметное поле исследований. Актуальность социологии массовых коммуникаций в условиях современной социокультурной ситуации. Значение социологии массовых коммуникаций в профессиональной деятельности конфликтолога.

Основные направления современных исследований в сфере социологии массовых коммуникаций. Осмысление и анализ влияния массовых коммуникаций как социокультурного фактора. Основные направления экспериментальных исследований в области социологии массовых коммуникаций. Исследование социокультурных характеристик современных средств массовой коммуникаций.

Тема 2. Социальные функции массовых коммуникаций и технологии их реализации.

Базовые характеристики массовых коммуникаций. Основные концепции миссии массовых коммуникаций в современном обществе. Понятие «четвёртой власти» средств массовой информации. Феномен социальной «ангажированности» средств массовой коммуникации. Массовое сознание как объект и условие функционирования массовых коммуникаций. Общественное мнение как объект и условие функционирования массовых коммуникаций. Основные принципы и методы психологического воздействия средств массовой коммуникации. Технологии манипулирования сознанием. Технологии производства и тиражирования новостей. Актуальные проблемы мониторинга массовых коммуникаций.

Тема 3. Основные направления и средства воздействия массовых коммуникаций на общественное и индивидуальное сознание.

Феномен медиатизации культуры. Массовые коммуникации как фактор формирования массовой культуры. Принципы структурирования информационного поля. Медиатизированное значение событий. Усиление роли информационных технологий в современных социокультурных условиях. Значение массовых коммуникаций в формировании стереотипов восприятия и социокультурных ролей. Воздействие средств массовой информации на процессы межкультурной коммуникации, культурной универсализации и регионализации в современном мире.

Тема 4. Массовые коммуникации как фактор развития культуры современного общества.

Массовые коммуникации и дискурсивные практики в современной научной культуре. Влияние массовых коммуникаций на организацию научной деятельности в современных условиях. Изменение принципов и методов эвристики в условиях современных информационных процессов. Массовые коммуникации как трансляторы и интерпретаторы фактов. Значение массовых коммуникаций в формировании менталитета и мировоззрения современной аудитории. Современные философские концепции о социокультурных функциях массовых коммуникаций.

Массовые коммуникации в формировании и развитии социальной активности аудитории. Массовые коммуникации как средства политической деятельности. Массовые коммуникации в реализации целей агитации и пропаганды. Конструирование социальной реальности средствами массовых коммуникаций. Массовые коммуникации как средство идеологического воздействия. Современная информационная среда как пространство социального диалога. Массовые коммуникации как средство реализации гражданских прав. Значение массовых коммуникаций в формировании и развитии гражданского общества.

Информационные технологии и массовые коммуникации как условия художественных процессов современности. Массовые коммуникации и восприятие искусства. Массовые коммуникации как фактор формирования художественно-эстетических оценок. Массовые коммуникации как фактор формирования художественно-эстетических вкусов. Значение средств массовой коммуникации в трансляции и интерпретации искусства. Художественное и эстетическое воздействие средств массовой информации на современную аудиторию. Эстетизация социальной среды в условиях воздействия массовых коммуникаций.

Массовые коммуникации как средство формирования религиозного опыта личности и общества. Средства массовой коммуникации в деятельности религиозных организаций. Актуализация средств массовой информации в сфере религиозного опыта в современном обществе.

Массовые коммуникации как средство формирования ценностных ориентаций личности и общества. Массовые коммуникации как средства трансляции и трансформации ценностных ориентаций. Нравственно-этическая интерпретация фактов средствами массовой коммуникации. Ценностные конфликты в информационной среде современного общества. Этические нормы в деятельности современных средств массовой информации.

2.3. Описание занятий семинарского типа

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1.

Тема: Социология массовых коммуникаций как наука: объект и предмет исследования

Цель: Дефиниция базовых понятий и терминов, определение содержания понятия «массовые коммуникации».

Понятийный аппарат: массовые коммуникации, масс медиа, средства массовой информации.

Вопросы для обсуждения:

1. Социология массовых коммуникаций: объект, предмет исследования.
2. Предметное поле социологии массовых коммуникаций.
3. Актуальность социологии массовых коммуникаций в условиях современной социокультурной ситуации.
4. Значение социологии массовых коммуникаций в профессиональной деятельности психолога и работника социальной сферы.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2.

Тема: Социология массовых коммуникаций как наука: основные направления исследований

Цель: характеристика проблемного поля и основных направлений исследования в сфере социологии массовых коммуникаций.

Понятийный аппарат: информационное общество, общественное сознание, индивидуальное сознание, массовое сознание.

Вопросы для обсуждения:

1. Условия возникновения социологии массовых коммуникаций как отрасли научного знания и дисциплины.
2. Анализ влияния массовых коммуникаций как психологического и социокультурного фактора.
3. Основные направления экспериментальных исследований в области социологии массовых коммуникаций во второй половине XX века
4. Основные направления современных исследований в сфере социологии массовых коммуникаций.

Задание: анализ текстов источников (социологической, психологической, философской литературы по изучаемой проблематике)

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3.

Тема: Социальные функции массовых коммуникаций

Цель: определение и характеристика социальных функций массовых коммуникаций.

Понятийный аппарат: медиатизация, социальный заказ, ангажированность.

Вопросы для обсуждения:

1. Социокультурные характеристики массовых коммуникаций.

2. Основные концепции миссии массовых коммуникаций в современном обществе.
3. Понятие «четвёртой власти» средств массовой информации. Феномен социальной «ангажированности» СМИ.
4. Основные принципы и методы психологического воздействия средств массовой коммуникации.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4.

Тема: Основные направления и средства воздействия массовых коммуникаций на общественное и индивидуальное сознание

Цель: Характеристика основных условий воздействия массовых коммуникаций на общественное и индивидуальное сознание.

Понятийный аппарат: информационная культура, информационная среда, информационные потоки, средства информирования.

Вопросы для обсуждения:

1. Массовое сознание как объект и условие функционирования массовых коммуникаций.
2. Общественное мнение как объект и условие функционирования массовых коммуникаций.
3. Основные средства психологического воздействия средств массовой информации.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 5.

Тема: Основные направления и средства воздействия массовых коммуникаций на общественное и индивидуальное сознание

Цель: Характеристика основных направлений и средств воздействия массовых коммуникаций на общественное и индивидуальное сознание.

Понятийный аппарат: типизация, индивидуализация, тиражирование, стереотипы восприятия, манипулирование сознанием.

Вопросы для обсуждения:

1. Технологии производства и тиражирования новостей.
2. Медиатизированное значение событий. Технологии манипулирования сознанием.
3. Типизация и индивидуализация в функционировании массовых коммуникаций.
4. Значение массовых коммуникаций в формировании стереотипов восприятия и социокультурных ролей.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 6.

Тема: Массовые коммуникации и научно-философская культура современного общества

Цель: Характеристика значение массовых коммуникаций в трансформации научно-философской культуры современного общества.

Понятийный аппарат: дискурсивные практики, трансляция, интерпретация.

Вопросы для обсуждения:

1. Массовые коммуникации и дискурсивные практики в современной научной культуре.
2. Массовые коммуникации и методы эвристики в современной научной культуре.
3. Массовые коммуникации как трансляторы и интерпретаторы фактов.
4. Современные философские концепции о социокультурных функциях массовых коммуникаций.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 7.

Тема: Массовые коммуникации и политико-правовая культура современного общества

Цель: Характеристика массовых коммуникаций как фактора развития научно-философская культура современного общества.

Понятийный аппарат: гражданское общество, политическая программа, идеология, пропаганда.

Вопросы для обсуждения:

1. Коммуникативное понимание власти в современном обществе.
2. Массовые коммуникации как средства политической деятельности.
3. Массовые коммуникации как средство идеологического воздействия.
4. Значение массовых коммуникаций в формировании и развитии гражданского общества.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 8.

Тема: Массовые коммуникации и религия в современном обществе

Цель: Определение значения массовых коммуникаций в развитии религиозного сознания.

Понятийный аппарат: религиозное сознание, религиозный опыт.

Вопросы для обсуждения:

1. Массовые коммуникации как средство формирования религиозного опыта личности и общества.
2. Средства массовой коммуникации в деятельности религиозных организаций.
3. Актуализация средств массовой информации в сфере религиозного опыта в современном обществе.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 9.

Тема: Массовые коммуникации и художественно-эстетическая культура современного общества

Цель: Характеристика воздействия массовых коммуникаций на художественно-эстетическую культуру современного общества.

Понятийный аппарат: художественно-эстетическая культура, художественный вкус, художественная ценность, эстетизация.

Вопросы для обсуждения:

1. Массовые коммуникации как фактор формирования художественно-эстетических оценок.
2. Массовые коммуникации и восприятие искусства.
3. Значение средств массовой коммуникации в трансляции художественных ценностей и интерпретации искусства.
4. Художественное и эстетическое воздействие средств массовой информации на современную аудиторию.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 10.

Тема: Массовые коммуникации как фактор формирования ценностных ориентаций

Цель: Выявление средств воздействия массовых коммуникаций на формирование системы ценностных ориентаций.

Понятийный аппарат: ценностные ориентации, система ценностей, социокультурные роли.

Вопросы для обсуждения:

1. Массовые коммуникации как средство формирования ценностных ориентаций личности и общества.
2. Массовые коммуникации как средства трансляции и трансформации ценностных ориентаций.
3. Ценностные конфликты в информационной среде современного общества.
4. Этические нормы в деятельности современных средств массовой информации.

2.4. Описание занятий в интерактивных формах

Интерактивное занятие к теме 2 «Социальные функции массовых коммуникаций и технологии их реализации», объем 2 академических часа.

В качестве интерактивной формы проведения занятия используется метод моделирования проективных ситуаций с элементами дискуссии: студентам необходимо представить перечень профессиональных задач в сфере медиации, демонстрирующих значение массовых коммуникаций как фактора, определяющего генезис, динамику и направленность развития конфликтогенных ситуаций.

Задание: Анализ роли массовых коммуникаций в конкретных ситуациях медиационной деятельности.

Интерактивное занятие к теме 3 «Основные направления и средства воздействия массовых коммуникаций на общественное и индивидуальное сознание»

В качестве интерактивной формы проведения занятия используется творческое задание посредством использования проблемно-поискового подхода: студентам необходимо представить результаты аналитического рассмотрения инструментария массовых коммуникаций в производстве конкретных проектов массовой культуры.

Задание:

1. Характеристика значения массовых коммуникаций в производстве массовой культуры.
2. Выявление технологий построения проекта массовой культуры.
3. Определение средств психологического воздействия, использованных в производстве и реализации проекта.

Интерактивное занятие к теме 4 «Массовые коммуникации как фактор развития правовой культуры современного общества»

В качестве интерактивной формы проведения занятия используется метод дискуссии: студентам необходимо представить результаты аналитического рассмотрения значения массовых коммуникаций в формировании и развитии правовой культуры современного общества.

Задание: подготовка выступлений по тематике:

1. Массовые коммуникации как «четвёртая власть».
2. Массовые коммуникации как средство агитации и пропаганды.
3. Массовые коммуникации как средство идеологического воздействия.
4. Массовые коммуникации как средство реализации гражданских прав.

Интерактивное занятие к теме 4 «Массовые коммуникации как фактор развития культуры современного общества: массовые коммуникации и художественно-эстетическая культура современного общества»

В качестве интерактивной формы проведения занятия используется анализ кейсов.

Задание: анализ приёмов эстетизации информации в аудиальных, визуальных, аудиовизуальных, вербальных текстах масс медиа; демонстрация результатов в форме презентации.

2.5. Организация планирования встреч с приглашенными представителями организаций

По теме «Массовые коммуникации как фактор развития культуры современного общества» - мастер-класс с участием доктора социологических наук, профессора кафедры международных отношений, медиалогии, политологии и истории Быстрянцева Сергея Борисовича.

2.6. Особенности освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучение студентов с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

- 1) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
 - присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
 - выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- 2) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
- 3) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
 - возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Получение образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

| Категории студентов | Формы |
|-----------------------------------|--|
| С нарушением слуха | - в печатной форме; - в форме электронного документа |
| С нарушением зрения | - в печатной форме увеличенным шрифтом; - в форме электронного документа; - в форме аудиофайла |
| С нарушением опорно-двигательного | - в печатной форме; |

| | |
|----------|---|
| аппарата | - в форме электронного документа; - в форме аудиофайла |
|----------|---|

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

Перечень фондов оценочных средств, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены следующие оценочные средства:

| Категории студентов | Виды оценочных средств | Формы контроля и оценки результатов обучения |
|--|---|---|
| С нарушением слуха | Тест | преимущественно письменная проверка |
| С нарушением зрения | собеседование | преимущественно устная проверка (индивидуально) |
| С нарушением опорно-двигательного аппарата | Решение дистанционных тестов, контрольные вопросы | - |

Студентам с ограниченными возможностями здоровья увеличивается время на подготовку ответов к зачёту, разрешается готовить ответы с использованием дистанционных образовательных технологий.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций. При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

- инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме);
- доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом);
- доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья предоставляются основная и дополнительная учебная литература в виде электронного документа в фонде библиотеки и / или в электронно-библиотечных системах.

Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения:

- лекционная аудитория – мультимедийное оборудование (для студентов с нарушениями слуха);
- учебная аудитория для практических занятий (семинаров) мультимедийное оборудование, (для студентов с нарушениями слуха).

2.7. Методические указания для студентов по освоению дисциплины

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» направлена на всестороннее изучение и осмысление массовых коммуникаций как фактора, определяющего актуальное состояние и параметры развития современной социокультурной среды.

Теоретико-методологической основой данного курса выступают современные исследования в области, теории коммуникации, медиапсихологии, прикладной культурологии.

Теоретические и практические аспекты связей с общественностью интегрированы в систему фундаментальных знаний и составляют контент прикладных исследований и разработок, которые лежат в основе корпоративных связей с общественностью.

Таким образом, изучение курса позволит осознать роль средств массовой информации как фактора, определяющего социокультурные и психологические трансформации, получить теоретические и прикладные знания в перспективной отрасли информационно-коммуникативной деятельности, проанализировать основные механизмы, формы, средства, приёмы и способы воздействия современных масс медиа на общественное и индивидуальное сознание.

Наиболее значимыми вопросами изучения данной программы являются: массовые коммуникации как социокультурный феномен и фактор развития современной цивилизации, социальные функции массовых коммуникаций, основные направления и средства воздействия современных масс медиа на общественное и индивидуальное сознание.

Основными принципами изучения данной дисциплины являются:

- проблемный подход;
- прикладная направленность обучения;
- интерактивность;
- стимулирование креативности;
- моделирование проблемных ситуаций;
- принцип диалога.

Методическое обеспечение дисциплины осуществляется за счёт использования современных учебников (учебных комплексов, справочной литературы, словарей, интернет-сайтов специальных зданий и организаций) и учебных пособий, касающихся проблематики изучаемой дисциплины.

2.8. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебная аудитория, оборудованная мультимедийным оборудованием и аудио системой, с возможностью демонстрации интерактивных пособий и учебных фильмов, с доступом к сети Интернет.

РАЗДЕЛ 3. Требования к самостоятельной работе студентов в рамках освоения дисциплины

Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов выполняется по заданию и при руководстве преподавателя. Ее целью является углубление и расширение знаний по дисциплине, формирование и дальнейшее развитие на их основе умений и навыков самостоятельного применения общенаучных и специальных методов исследования, способности к их продуктивному использованию в профессиональной деятельности. Самостоятельная работа студентов подразделяется на аудиторную и внеаудиторную.

Аудиторная самостоятельная работа проходит под руководством и контролем преподавателя и осуществляется в процессе работы студентов на лекциях, семинарах, практических занятиях.

Неаудиторная самостоятельная работа:

Подготовка к семинарским и практическим занятиям:

- изучение учебной и научной литературы, различных видов источников с целью освоения базовых понятий, положений, подходов, технологий и методик, составляющих содержание курса;
- анализ основных типов проблемных ситуаций, возникающих в профессиональной деятельности;
- анализ эмпирического материала по изучаемой проблематике;
- определение и характеристика порядка применения технологий масс медиа в ходе информационной презентации социальной работы;
- подготовка докладов, сообщений, презентаций по тематике дисциплины.

Самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, в соответствии с технологической картой дисциплины и содержит следующие задания:

- изучение программного материала дисциплины (работа с учебником и конспектом лекции, изучение рекомендуемых научных источников, конспектирование);
- выполнение самостоятельных работ;
- работа с электронными информационными ресурсами и ресурсами Internet (использование аудио- и видеозаписи);
- составление схем, таблиц, для систематизации учебного материала;
- выполнение тестовых заданий;
- подготовка презентаций;
- ответы на контрольные вопросы;

- аннотирование, реферирование, рецензирование текста;
- написание докладов, конспектов занятий;
- работа с компьютерными программами;
- подготовка к зачету;
- анализ деловых ситуаций (мини-кейсов).

Оформление самостоятельной работы:

Титульный лист.

В верхней части указываются сведения об учреждении, в котором выполнена работа, название кафедры, которую представляет задавший работу преподаватель. В центре- вид работы с указанием названия дисциплины, тема. Сбоку справа- фамилия и инициалы студента, курс, номер группы, факультет; фамилия и инициалы, академическое звание научного руководителя. В нижней части - название города, год.

Оглавление(содержание)

Последовательное изложение пунктов плана работы с указанием страниц, с которых начинаются все пункты. Страница текста нумеруется арабскими цифрами в верхнем правом углу, начиная с 2 страницы, т.е. с «Содержания». Титульный лист не нумеруется, но принимается за 1 страницу.

Введение

Где определяется актуальность и значимость для науки и практики; дается обзор литературы по данной проблеме; определяются основные цели работы и подчиненные ей более частные задачи.

Основная часть

В основной части анализируются и раскрываются основные вопросы по предполагаемым заданиям дисциплины

Заключение

Подводя итоги работы, делается вывод, к которому пришел студент и формулируются рекомендации по разрешению проблемной ситуации. Заключение должно быть кратким, обстоятельным и соответствовать поставленным целям и задачам.

Литература

Каждый литературный источник должен быть описан с учетом современных библиографических требований.

Устанавливаются следующие требования к оформлению самостоятельной работы:

- параметры страницы (210x297 мм), формат - А4;
- интервал полуторный;
- шрифт 12, Times New Roman;

- поля страницы: левое – 2 см, правое – 1,5 см, верхнее – 2 см, нижнее – 2 см.

3.1. Задания для самостоятельной работы по каждой теме (разделу) учебно-тематического плана

Тема 1. Социология массовых коммуникаций как наука: объект, предмет, основные направления исследования

Задания:

- сравнительный анализ дефиниций массовых коммуникаций в учебной и научной литературе;
- характеристика проблемного поля социологии массовых коммуникаций на основе изучения философских, культурологических, психологических, социологических источников;
- определение актуальных направлений развития социологии массовых коммуникаций.

Тема 2. Социальные функции массовых коммуникаций.

Задания: определение и характеристика социальных функций массовых коммуникаций, раскрытие значения массовых коммуникаций как фактора, определяющего современные социокультурные условия профессиональной деятельности.

Тема 3. Основные направления и средства воздействия массовых коммуникаций на общественное и индивидуальное сознание.

Задания:

- определение, характеристика, анализ актуальных методов и технологии презентации информации в современных масс медиа;
- составление развёрнутой характеристики наиболее распространённых психологических средств воздействия массовых коммуникаций на общественное и индивидуальное сознание.

Тема 4. Массовые коммуникации как фактор развития культуры современного общества

Задания:

- составление эссе по тематике:
- массовые коммуникации и научная культура современного общества;
- массовые коммуникации и современная философия;
- массовые коммуникации и правовая культура;
- массовые коммуникации и художественно-эстетическая культура;
- массовые коммуникации и религия;
- массовые коммуникации и ценностный мир современного человека.

3.2. Критерии оценки результатов выполнения самостоятельной работы

Критериями оценки результатов самостоятельной работы студента является оценка сформированности компетенций.

Оценка самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Разделом 4 об аттестации учебной работы студентов института.

Баллы БРС присваиваются следующим образом:

- 30 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в полном объеме, все работы достойны отличной оценки;
- 25 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в полном объеме, все работы в среднем достойны хорошей оценки;
- 20 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в полном объеме, все работы в среднем достойны удовлетворительной оценки;
- 10 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в не полном объеме (не менее 75% заданий), все работы в среднем достойны оценки не ниже хорошей;
- 0 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в полном объеме, все работы в среднем достойны неудовлетворительной оценки.

РАЗДЕЛ 4. Фонд оценочных средств

4.1. Материалы, обеспечивающие методическое сопровождение оценки качества знаний по дисциплине на различных этапах ее освоения

К основным формам контроля, определяющим процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Корпоративная культура» относится рубежный контроль (контрольная работа), промежуточная аттестация в форме зачёта по дисциплине.

Критериями и показателями оценивания компетенций на различных этапах формирования компетенций являются:

- знание терминов, понятий, категорий, концепций и теорий по дисциплине;
- понимание связей между теорией и практикой;
- сформированность аналитических способностей в процессе изучения дисциплины;
- знание специальной литературы по дисциплине.

Шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования включает следующие критерии:

- полное соответствие;
- частичное соответствие;

- несоответствие.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

| Тема (раздел) дисциплины (указывается номер темы, название) | Компетенции по дисциплине |
|--|---------------------------|
| Тема 1. Социология массовых коммуникаций как наука: объект, предмет, основные направления исследований. | УК-5; ОПК-2 |
| Тема 2. Социальные функции массовых коммуникаций и технологии их реализации. | УК-5; ОПК-2 |
| Тема 3. Основные направления и средства воздействия массовых коммуникаций на общественное и индивидуальное сознание. | УК-5; ОПК-2 |
| Тема 4. Массовые коммуникации как фактор развития культуры современного общества. | УК-5; ОПК-2 |

4.3. Описание форм аттестации текущего контроля успеваемости (рубежного контроля) и итогового контроля знаний по дисциплине (промежуточной аттестации по дисциплине)

Рубежный контроль (текущий контроль успеваемости) проводится в виде контрольной работы.

Примерная тематика контрольных работ:

1. Анализ влияния массовых коммуникаций как психологического и социокультурного фактора.
2. Основные направления экспериментальных исследований в области социологии массовых коммуникаций.
3. Значение социологии массовых коммуникаций в сфере конфликтологии.
4. Основные принципы и методы психологического воздействия средств массовой коммуникации.
5. Технологии производства и тиражирования новостей.
6. Актуальные проблемы мониторинга массовых коммуникаций.
7. Феномен медиатизации культуры.
8. Массовые коммуникации как фактор формирования массовой культуры.
9. Феномен медиатизации современной культуры.
10. Значение массовых коммуникаций в формировании стереотипов восприятия и социокультурных ролей.
11. Массовые коммуникации как фактор формирования художественно-эстетических оценок.
12. Массовые коммуникации и восприятие искусства.
13. Значение средств массовой коммуникации в трансляции художественных ценностей и интерпретации искусства.

14. Художественное и эстетическое воздействие средств массовой информации на современную аудиторию.

15. Массовые коммуникации в формировании политической культуры современного общества.

16. Коммуникативное понимание власти в современном обществе.

17. Массовые коммуникации как средства политической деятельности.

18. Массовые коммуникации и гендерные стереотипы: процессы формирования и трансформации.

19. Массовые коммуникации как средство формирования этнических стереотипов.

20. Конструирование социальной реальности средствами массовых коммуникаций.

21. Современная информационная среда как пространство социального диалога.

22. Средства массовой коммуникации и процессы индивидуализации в современном обществе.

23. Средства массовой коммуникации и консолидация общества.

24. Ценностные конфликты в информационной среде современного общества.

25. Массовые коммуникации как фактор конфликтогенности в современной социокультурной ситуации.

26. Значение массовых коммуникаций в предупреждении конфликтов.

27. Массовые коммуникации в системе мероприятий по разрешению конфликтных ситуаций.

28. Значение средств массовой коммуникации в обеспечении социальной ответственности личности и организации.

При выполнении контрольной работы основное внимание уделяется способности студентов применять основные положения лекционного курса, понятийно-терминологический аппарат дисциплины в ходе анализа эмпирического материала, отображающего конкретные ситуации и области функционирования средств массовой коммуникации и их воздействие на общественное и индивидуальное сознание.

Основными критериями для осуществления проверки и оценивания знаний и навыков, приобретённых студентами, являются:

- владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины;
- Знание направлений, принципов и методов функционирования современных масс медиа;
- умение применять полученные знания для осмысления и анализа проблемных ситуаций в сфере социальной деятельности;
- соблюдение правил и требований, предъявляемых в ходе применения конкретных методов исследования форм реализации социокультурных функций массовых коммуникаций;

– построение обоснования и аргументации оценок явлений массовой культуры.

Порядок проведения рубежного контроля регулируется Положением об аттестации учебной работы студентов института.

Промежуточная аттестация по дисциплине является итоговой проверкой знаний и компетенций, полученных студентом в ходе изучения дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплине Промежуточная аттестация проводится в соответствии с требованиями Положения об аттестации учебной работы студентов института.

4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Социология массовых коммуникаций: объект, предмет исследования.
2. Актуальность социологии массовых коммуникаций в условиях современной социокультурной ситуации.
3. Основные направления исследования в сфере социологии массовых коммуникаций.
4. Основные принципы и методы психологического воздействия средств массовой коммуникации.
5. Технологии производства и тиражирования новостей.
6. Феномен медиатизации культуры.
7. Базовые социокультурные характеристики массовых коммуникаций.
8. Основные концепции миссии массовых коммуникаций в современном обществе.
9. Понятие «четвёртой власти» средств массовой информации.
10. Массовое сознание как объект и условие функционирования массовых коммуникаций.
11. Общественное мнение как объект и условие функционирования массовых коммуникаций
12. Массовые коммуникации как фактор формирования массовой культуры.
13. Феномен медиатизации современной культуры.
14. Значение массовых коммуникаций в формировании стереотипов восприятия и социокультурных ролей.
15. Массовые коммуникации и научная деятельность в современном обществе.
16. Массовые коммуникации и художественно-эстетическая культура в современном обществе.
17. Массовые коммуникации как фактор формирования художественно-эстетических оценок.

18. Значение средств массовой коммуникации в трансляции художественных ценностей и интерпретации искусства.

19. Художественное и эстетическое воздействие средств массовой информации на современную аудиторию.

20. Массовые коммуникации в формировании политической культуры современного общества.

21. Массовые коммуникации как средства политической деятельности.

22. Массовые коммуникации как средства формирования идеологии.

23. Понятие «четвёртой власти» средств массовой информации.

24. Значение массовых коммуникаций в формировании и развитии гражданского общества.

25. Массовые коммуникации и религия в современном обществе.

26. Массовые коммуникации как средство формирования ценностных ориентаций личности и общества.

РАЗДЕЛ 5. Глоссарий

Дискурс – способ организации информационного потока, характеризующийся определённым понятийно-терминологическим аппаратом и способами аргументации.

Идеология – система идей, понятий, принципов, концепций, выступающая результатом информационной презентации реальности.

Имидж – целенаправленно формируемый образ (организации, личности), выделяющий заданные ценностные характеристики, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие в целях популяризации.

Коммуникативная культура – система принципов, определяющих построение, структурирование, содержательную направленность, информационную насыщенность организации коммуникативных процессов.

Коммуникация – социальное взаимодействие посредством информационного обмена.

Лидеры мнений – лица, обладающие авторитетом в восприятии целевых групп информационного сообщения.

Манипулирование (сознанием) – программирование поведения посредством внушения установок и стереотипов сознания, служащих реализации интересов коммуникаторов.

Массовая коммуникация – процесс передачи информации одновременно группе людей посредством специальных технических средств.

Массовая культура – результат профессиональной деятельности, нацеленной на получение экономического эффекта в сфере духовного производства посредством обеспечения массовости потребления.

Массовое сознание – деперсонализированное сознание рядовых граждан индустриального, постиндустриального общества, формирующееся под воздействием средств массовой информации, основанное на однородности опыта людей, включенных в однотипные структуры практической деятельности.

Медиа – средства, каналы, приёмы передачи информации конкретным потребителям.

Масс медиа – организованные технологии, обеспечивающие условия для массовой коммуникации.

Медиатизация – масштабное интенсивное влияние массовых коммуникаций на все компоненты социокультурной ситуации.

Общественное мнение – оценка действительности, демонстрируемая определённой частью общества или обществом в целом на основе определённой ценностной системы.

Средства массовой информации – средства (каналы) передачи информации на основе современных технологий.

Типизация – группировка фактов на основе определённых заданных критериев, используемая в ходе информационной презентации событий.

Эстетизация – использование художественных выразительных средств и эстетических переживаний с целью вовлечения аудитории в процесс коммуникации.

Эстетический вкус – способность оценивать объекты действительности на основе эмоциональной реакции и переживаний.

РАЗДЕЛ 6. Информационное обеспечение дисциплины**6.1. Перечень рекомендуемой литературы, необходимой для освоения дисциплины**

| № | Наименование издания | Тема 1 | Тема 2 | Тема 3 | Тема 4 |
|----------------------------------|--|--------|--------|--------|--------|
| Основная литература | | | | | |
| 1 | Баранова Е.В. Социология массовой коммуникации: учебное пособие / Е.В. Баранова. - Минск : Вышэйшая школа, 2012. - 174 с. - ISBN 978-985-06-2072-9. - URL: https://ibooks.ru/bookshelf/27665/reading . - Текст: электронный. | + | + | + | + |
| 2 | 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. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/425831 | + | + | + | + |
| Дополнительная литература | | | | | |
| 1 | Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации: учебное пособие / Н.Н. Богомолова. - Москва : Аспект Пресс, 2010. - 191 с. - ISBN 978-5-7567-0513-3. - URL: https://ibooks.ru/bookshelf/354490/reading . - Текст: электронный. | + | + | + | + |
| 2 | Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 221 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-09602-6. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/438740 | + | + | + | + |

6.3. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», используемых при освоении дисциплины

ПСИ-ФАКТОР [Электронный ресурс]: центр по научной и практической психологии. – Режим доступа: <http://psyfactor.org>

РАСО: Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.raso.ru/>

CONFLICTOLOGIST [Электронный ресурс] . – Режим доступа: <http://conflictologist.org/main/central.htm>

6.3. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для изучения дисциплины

В рамках дисциплины используется следующее лицензионное программное обеспечение: MS OFFICE – Word, Excel, PowerPoint.

В учебном процессе используются следующие информационные базы данных и справочные системы:

East View [Электронный ресурс]: information services. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12> . – Загл. с экрана.

Ibooks.ru [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://ibooks.ru> – Загл. с экрана.

Гарант [Электронный ресурс]: информационно-правовое обеспечение. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://cloud.garant.ru/#/startpage:0> . – Загл. с экрана.

Отечественный журнал социальной работы [Электронный ресурс]: научно-теоретический и научно-методический журнал. – Электрон. текстовые дан. – (Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU). – Режим доступа: <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=27671> . – Загл. с экрана.

Электронная библиотека СПбГИПСР [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=456 – Загл. с экрана.

Электронный каталог библиотеки СПбГИПСР [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=435 . - Загл. с экрана.

ЮРАЙТ [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/> – Загл. с экрана.

Заведующая библиотекой

_____ Г.Л. Горохова

(подпись, расшифровка)