

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ  
АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

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

**КАФЕДРА ПРИКЛАДНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ И КОНФЛИКТОЛОГИИ**

**УТВЕРЖДЕНО**



Руководитель ОПОП  
д-р пед. наук, профессор  
Н.М. Платонова

«29» мая 2020 г.

**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

Согласовано: зав. кафедрой, д-р психол. наук, профессор Платонов Юрий Петрович

Санкт-Петербург

2020

## **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							Промежуточная аттестация (зачет)
					Всего	Виды учебных занятий					В том числе контактная работа (занятия) в интерактивных формах	
						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 вырабатывать 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
<b>Итого:</b>	<b>32</b>	<b>12</b>	<b>20</b>	<b>10</b>

#### 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.	-	-	-	-
<b>Итого:</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

## **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:

<b>Категории студентов</b>	<b>Формы</b>
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
<b>Основная литература</b>					
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: <a href="https://ibooks.ru/bookshelf/27665/reading">https://ibooks.ru/bookshelf/27665/reading</a> . - 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: <a href="https://urait.ru/bcode/425831">https://urait.ru/bcode/425831</a>	+	+	+	+
<b>Дополнительная литература</b>					
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: <a href="https://ibooks.ru/bookshelf/354490/reading">https://ibooks.ru/bookshelf/354490/reading</a> . - 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: <a href="https://urait.ru/bcode/438740">https://urait.ru/bcode/438740</a>	+	+	+	+

**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](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](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)