



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный гуманитарный университет»
(РГГУ)

Социологический факультет

Кафедра политической социологии и социальных технологий

Социология средств массовой информации и медиа-анализ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

для бакалавриата по направлению

39.03.01 Социология

Цифровая социология и социальная диагностика

Квалификация (степень) бакалавр

Форма обучения (очная)

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва – 2024

Социология средств массовой информации и медиа-анализ

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

канд. соц. наук, доцент, А.А.Хохлов

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания ученого совета социологического факультета

№ 3 от ____ 19.03.2024

Оглавление

| | |
|---|----|
| «Российский государственный гуманитарный университет»..... | 1 |
| (РГГУ)..... | 1 |
| 1. Пояснительная записка..... | 4 |
| 1.1. Цель и задачи дисциплины | 4 |
| 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций | 4 |
| 1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы | 5 |
| 2. Структура дисциплины..... | 6 |
| 3. Содержание дисциплины..... | 6 |
| 5. Оценка планируемых результатов обучения..... | 7 |
| 5.1. Система оценивания | 7 |
| Критерии выставления оценки по дисциплине | 8 |
| 5.2. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине | 9 |
| 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины..... | 12 |
| 6.1. Список источников и литературы | 12 |
| 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | 13 |
| 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины..... | 14 |
| 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья..... | 14 |
| 9. Методические материалы..... | 16 |
| 9.1. Планы практических (семинарских) занятий. Методические указания по организации и проведению | 16 |
| 9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ | 18 |
| Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины..... | 19 |

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: подготовить специалистов, обладающих навыками анализа конкретных социологических данных с учетом различных точек зрения на природу и функции СМИ как социального феномена.

В рамках данной дисциплины предусматривается решение *следующих задач*:

- выявить последствия медиатизации социальной коммуникации;
- рассмотреть основные этапы развития СК и СМИ;
- изучить современные подходы к системной организации коммуникации; рассмотреть возможности решения задач естественных и естественно-искусственных коммуникативных систем в связи с социальными запросами современного общества;
- рассмотреть формы политического участия российских граждан посредством современных медиа;
- проанализировать методы анализа СМИ и медиакommunikаций;
- выявить особенности таких коммуникативных областей, как общественные связи и отношения.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.

| Компетенция (код и наименование) | Индикаторы компетенций (код и наименование) | Результаты обучения |
|---|---|---|
| ПК 1 Способен анализировать, интерпретировать данные фундаментальных и прикладных социологических исследований | ПК 1.1 Описывает, объясняет, прогнозирует социальные явления и процессы на основе теоретических концепций, результатов фундаментальных и прикладных социологических исследований ПК 1.3 Представляет результаты фундаментального или прикладного исследования различным аудиториям | Знать: теорию социальных коммуникаций Уметь: применять основные положения коммуникативистики в практической деятельности Владеть: инструментарием анализа СМИ Знать: теорию медиастратегического планирования Уметь: проводить опросы Владеть: навыками системного анализа |

| | | |
|--|---|--|
| ПК-3 Способен к разработке и теоретическому обоснованию методической стратегии прикладного социологического исследования с учетом специфики современных баз данных и социальных сетей | ПК 3.2 Дает теоретическое, методическое обоснование в рамках прикладного социологического исследования. | Знать: теорию системного анализа Уметь: формулировать гипотезы исследования Владеть: методикой проведения социологического опроса |
| | ПК 3.3 Разрабатывает процедуры сетевого, статистического, политического анализа информации в рамках прикладного социологического исследования. | Знать: теорию системного анализа Уметь: работать с базами данных Владеть: инструментами анализа статистических данных |
| ПК 4 Способен к организации работы по сбору, обработке и анализу данных фундаментальных и прикладных социологических исследований | ПК 4.1 Проводит социальную диагностику и подготовку к сбору социологических данных. | Знать: теории среднего уровня в социологии Уметь: применять теорию в конкретных исследованиях Владеть: инструментами социологического исследования |
| | ПК 4.2 Собирает данные из первичных и вторичных источников с применением современной аппаратуры, оборудования. | Знать: основы теории управления Уметь: обрабатывать полученные результаты опроса Владеть: методикой работы с целевыми аудиториями |
| | ПК 4.3 Обрабатывает, анализирует и представляет собранные данные с применением информационных технологий. | Знать: основы информатики Уметь: работать с программами обработки данных Владеть: знаниями в области информационных систем |

Компетенции формируются частично.

1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Социология средств массовой информации и медиа-анализ» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Политическая социология», «Публичные выступления в современной политической практике», «Социология общественного мнения», «Социология коммуникаций».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Социальные технологии в политической рекламе», «Социальная диагностика в политике».

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

| Семестр | Тип учебных занятий | Количество часов |
|---------|---------------------|------------------|
| 7 | Лекции | 20 |
| 7 | Семинары | 34 |
| Всего: | | 54 |

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 48 академических часов.

3. Содержание дисциплины

| № | Наименование раздела дисциплины | Содержание |
|----|--|--|
| 1. | История возникновения СМИ и журналистики. Основные понятия и категории в научном и теоретическом дискурсе. | Зарождение СМИ. СМИ как социальный институт. Появление ЭВМ в середине XX века. Кибернетика и Норберт Винер. Создание первых персональных компьютеров. Первые компьютерные сети. Создание World Wide Web, CERN и Тим Бернерс-Ли. Лавинообразное расширение Интернета в 90-е годы XX века. Первые опыты использования WWW в передаче общественной информации. Появление Интернета в России. Первые опыты пиара в РФ с помощью Сети - сайты «Коготь», «Московская альтернатива» в 1999 году. Интернет-проекты в 2010-2019. Правила работы специалистов PR в СМИ и Интернете. Ведущие этические принципы. Основные технологии электронных публич-рилейшнз. Доменная практика. Реклама в Интернете. Обмен информацией.. Использование поисковых систем. Википедия и связанные с ней проекты. «Мозговые центры» (think tanks). |
| 2. | Основные подходы к исследованию медиакommunikation Теории медиа. | Классические теории медиа. Влияние СМИ на общественное мнение. Модель массовой коммуникации Г. Лассуэлла. Двухступенчатая модель коммуникации (П. Лазарсфельд). Концепция общественного мнения У. Липпмана. Концепция спирали молчания (Э. Ноэль-Нойман). Теория фальсификации предпочтений (Т. Куран). |

| | | |
|---|---|--|
| 3 | Наследие И. Гоффмана. Фрейманализ в социологии медиа. | Понятие фрейминга в медиа исследованиях. Типы фреймирования. Эквивалентные и акцентные фреймы. Эпизодические и тематические фреймы. Примеры применения фрейминга в медиаисследованиях. Подходы к анализу фреймов в смежных дисциплинах: герменевтический, лингвистический, комплексный, дедуктивный, frame mapping. Фрейминг и концепция повестки дня . |
| 4 | Роль СМИ в современном обществе. | Эволюция медиатехнологий. СМИ в политике. Эффекты и эффективность СМИ. Что такое «эффект объединения вокруг флага» (rally-around-the-flag effect). Проблемы конструирования политического имиджа . Эффект персонализации. Теория владения повесткой дня (issue ownership). Теория глобального новостного потока, Липпман и теории пропаганды. Значение социальные медиа. |
| 5 | Интернет-СМИ и взаимодействие с ними | Что такое «Интернет-СМИ»? Их виды, особенности функционирования. Сайты традиционных масс-медиа – газет, журналов, телекомпаний и радиостанций. Информационные агентства в Интернете. Взаимодействие с журналистами Интернет-изданий. |
| 6 | Постмодернизм и роль массовых коммуникаций в информационном обществе. | Постмодернизм (Ж. Бодрийяр, Дж. Фиск), концепция информационного общества (Г. Макрюэн, М. Кастельс и др.), новые исследования аудитории. «Пророк электронной эпохи» Г.М. Маклюэн. Перспективы развития теорий СМИ. |
| 7 | Особенности медиабизнеса. | Понятие медиа-продукции. Производство новостей. Исследование медиаконтента. Целевые аудитории потребителей медиа-продукции. |
| 8 | Метрики анализа медиа | Медиааудит. Анализ имиджевых рисков. Параметры метрического анализа. Жанры и форматы в медиаанализе. Индикаторы анализа: географический охват, медиаприсутствие, темп роста аудитории, оценка качества медиа. Критерии «идеальной публикации». Endorsement index. Индекс медиа благоприятствования. |

4. Образовательные технологии

Для проведения занятий лекционного типа по дисциплине «Социология СМИ и анализ медиа» применяются такие образовательные технологии как интерактивные лекции, проблемное обучение. Для проведения занятий семинарского типа используются групповые дискуссии, ролевые игры, анализ ситуаций и имитационных моделей.

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

| Форма контроля | Макс. количество баллов | |
|------------------------------------|-------------------------|-------------------|
| | За одну работу | Всего |
| Текущий контроль: | | |
| - опрос | 5 баллов | 30 баллов |
| - участие в дискуссии на семинаре | 5 баллов | 10 баллов |
| - контрольная работа (темы 1-4) | 10 баллов | 10 баллов |
| - контрольная работа (темы 5-8) | 10 баллов | 10 баллов |
| Промежуточная аттестация – экзамен | | 40 баллов |
| Итого за семестр | | 100 баллов |

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

| 100-балльная шкала | Традиционная шкала | | Шкала ECTS |
|--------------------|---------------------|------------|------------|
| 95 – 100 | отлично | зачтено | A |
| 83 – 94 | | | B |
| 68 – 82 | хорошо | | C |
| 56 – 67 | удовлетворительно | | D |
| 50 – 55 | | E | |
| 20 – 49 | неудовлетворительно | не зачтено | FX |
| 0 – 19 | | | F |

Критерии выставления оценки по дисциплине

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|-------------------|----------------------|---|
| 100-83/ A,B | отлично/ зачтено | <p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p> |
| 82-68/ C | хорошо/ зачтено | <p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> |

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|-------------------------|------------------------------------|--|
| | | Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший». |
| 67-50/ D,E | удовлетворительно/ зачтено | Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный». |
| 49-0/ F,FX | неудовлетворительно/ не зачтено | Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы. |

5.2. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Контрольная работа № 1 (Темы 1-4).

1. Социальная коммуникация – это:
 - А. Инженерные пути сообщения;
 - Б. Сообщения в СМИ;
 - В. Процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств;
 - Г. Обмен сообщениями по каналам связи.
2. Коренное отличие вербальной и невербальной коммуникации состоит:
 - А. В целях передачи информации;
 - Б. В способах кодирования информации;
 - В. В каналах связи.
3. Автор интерактивной модели коммуникативного процесса — это:
 - А. Г. Лассуэлл;
 - Б. Т. Ньюкомб;
 - В. Р. Якобсон.
4. Модель управляемой коммуникации с обратной связью предложил:
 - А. К. Ясисрс;
 - Б. И. Гутенберг;
 - В. Н. Винер.

5. Коммуникативные цели это:
- А. Выделение видов коммуникативных систем.
 - Б. Определение уровней массовой коммуникации.
 - В. Установление, поддержание взаимосвязей между заинтересованными субъектами.
 - Г. Формирование совокупности поступков, мероприятий, обеспечивающих достижение превосходства одной группы над другой.
6. Общими условиями функционирования массовой коммуникации являются:
- А. Социальная значимость информации, способствующая возникновению, распространению и поддержанию функционирования массовой коммуникации;
 - Б. Наличие массовой аудитории, социальная значимость информации, наличие соответствующих средств, многоканальность коммуникаций.
 - В. Наличие соответствующих средств, поддерживающих процесс функционирования массовых коммуникаций.
 - Г. Многоканальность осуществляемых коммуникаций и вариативность коммуникативных средств.
7. Элементами линейной цепи коммуникации являются:
- А. Кодирование, передача сигнала, канал (передаточный механизм), прием и декодирование, обратная связь, помехи и барьеры.
 - Б. Преобразование сигнала в форму, обеспечивающую оптимальную передачу сигнала по определенному каналу коммуникации.
 - В. Устное обращение, телефонная и интерактивная (двухсторонняя телесвязь), собрания, митинги, шествия и др.
 - Г. Передача прием и декодирование сигнала.
8. Барьеры коммуникации это:
- А. Помехи, мешающие осуществлению контактов и взаимодействию между коммуникатором и реципиентом, препятствующие адекватному приему, пониманию и усвоению сообщений в процессе осуществления коммуникативных связей.
 - Б. Препятствия, возникающие при применении системного подхода к формированию и изучению моделей коммуникации.
 - В. Это помехи, мешающие осуществлению информационного процесса в социокультурном контексте.
 - Г. Это помехи, препятствующие нарушению социальных закономерностей во взаимодействии между коммуникатором и реципиентом.
9. Барьеры коммуникации по характеру действующих помех подразделяются на:
- А. Опасные и неопасные.
 - Б. Желательные и нежелательные.
 - В. Простые и сложные
 - Г. Технические, психологические, психофизиологические, социальные, культурно-национальные.
10. Как переводится термин «контент-анализ»:
- А. Анализ количества
 - Б. Анализ качества
 - В. Анализ содержания
 - Г. Анализ информации
11. Повтор в массовой коммуникации воспринимается как:
- А. Одно суждение
 - Б. Тавтология
 - В. Избыточность
 - Г. Точность
12. Контент-анализ – это:

- А. Перевод в количественные показатели массовой текстовой информации последующей статистической её обработкой;
- Б. Перевод в качественные показатели массовой текстовой информации последующей статистической её обработкой;
- В. Контроль за обоснованностью содержания смысловых единиц.
13. Семиотика – это наука:
- А. О знаковых системах;
- Б. О принципах и типах коммуникации;
- В. О СМИ;
- Г. О языке и речи.
14. Н. Луман рассматривается СМИ как:
- А. Важнейший канал скрытого идеологического воздействия (Франкфуртская школа);
- Б. Механизм «символического» насилия (П. Бурдьё);
- В. Особая система, с присущей ей специфической логикой функционирования (Н. Луман).
15. Ю. Хабермас понимает СМИ как:
- А. Основной источник «гиперреальности» - реальности образов, подменяющей собой истинную реальность и обесмысливающей само понятие истины (Ж. Бодрийар);
- Б. Среду, исключаящую реальную коммуникацию;
- В. Важнейший фактор формирования «культуры реальной виртуальности» (М. Кастельс).
16. В чьём понимании коммуникация является базовым феноменом культуры, а средства коммуникации – «внешним продолжением» человеческого тела и восприятия:
- А. Г.М. Маклюэна
- Б. Т. Адорно
- В. М. Хоркхаймера
17. По Г. Лассуэллу три функции медиа это:
- 1)
- 2)
- 3)
18. По Г.М. Маклюэну средства коммуникации делятся на:
- А. «Горячие» - это
- Б. «Холодные» - это
19. «Симулякры», по Ж. Бодрийяру, это:...
1.
2.
3.
4.
20. Этапы в развитии средств массовой коммуникации (по М. Кастельсу):

Самостоятельная работа № 1 (Темы 5-8).

Разработать спонсорский пакет для конкретного медиа проекта

1. Описание предлагаемого проекта (бриф проекта).
2. Разработать проектную заявку компании-спонсору на финансирование проекта.
3. Составить матрицу, где отражены интересы спонсоров в рамках сотрудничества.
4. Определить стоимость спонсорского пакета.

5. Определить стоимость эксклюзивного спонсорства.
6. Предложить компании-спонсору возможные градации спонсорской активности:
7. Разработать перечень привилегий, представленный компании-спонсору конкретного проекта.

Список экзаменационных вопросов.

1. Медиапланирование и его структура.
2. Концепция «спирали молчания».
3. Теории массовой коммуникации.
4. Особенности воздействия СМИ на поведение индивида.
5. Г. Лассуэл и его концепции медиа.
6. Массовая коммуникация в представлении М. Маклюэна.
7. Информационно-аналитическое сопровождение рекламной кампании в СМИ.
8. Основные критерии сегментирования рынка.
9. Аудитория СМИ и её виды.
10. Социологические исследования предпочтений целевых аудиторий.
11. СМИ и постмодернизм (Ж. Бодрийар: Общество потребления; Система вещей).
12. Политические СМИ: особенности и структура.
13. СМИ и общественное мнение.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Источники:

1. Конституция Российской Федерации. — М., 1993. Любое издание.
2. Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» // СЗ РФ. 2009. № 7. Ст. 776.
3. Федеральный закон от 11 июля 2001 г. № 95-ФЗ «О политических партиях» // СЗ РФ. 2001. № 29. Ст. 2950; 2010. № 23. Ст. 2798.
4. Федеральный закон «О принципах и порядке разграничения предметов ведения и полномочий между органами государственной власти РФ и органов государственной власти субъектов РФ» от 6 октября 1999 г. № 184-ФЗ // Российская газета. 1999. 16 октября.
5. Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации» (с учетом изменений, внесенных 25.12.2008 и 09.02.2009).
6. Федеральный закон от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

Литература. Основная:

1. Анохина Н.В. Влияние средств массовой информации на электоральное поведение: основные подходы // Социология, 2005, №1; <http://vestniksamgu.ssau.ru/gum/2000web1/soci/200010701.html>
2. Бакулев Геннадий Петрович. Массовая коммуникация : западные теории и концепции : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 071103 "Продюсерство кино и телевидения" / Г. П. Бакулев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. :

- Аспект Пресс, 2010. - 191 с. ; 21 см. - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-7567-0564-5 : 200.00. основная 10 394 0,03 <https://search.rsl.ru/ru/record/01008278243>
3. Реклама: язык, речь, общение [Электронный ресурс <https://znanium.com/>] : Учебное пособие. - Москва : Издательский Дом "ИНФРА-М", 2011. - 288 с. - ISBN 978-5-16-003389-1.
4. Бориснев Сергей Викторович Социология коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов / С. В. Бориснев. - М. : ЮНИТИ, 2003. - 269 с. : схем. - Библиогр.: с. 246-251. - ISBN 5-238-00513-X : 79.97. <https://www.bibliofond.ru/detail.aspx?id=475369>
5. Кирия И.В. Новикова А.А. История и теория медиа: учебник для вузов. М., ВШЭ, 2017 https://id.hse.ru/data/2016/12/08/1111908225/%D0%9A%D0%B8%D1%80%D0%B8%D1%8F_%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0-%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82_site.pdf

Дополнительная:

- 1 Научные издания: «Вестник Московского университета», «ПОЛИС», «Полития», «Политическая наука», «Федерализм», «Общественные науки и современность».
- 2 Общественно-политические печатные издания: «Российская газета», «Коммерсант», «Ведомости», «Независимая газета», «Известия».
- 3 Белонучкин Г., Михайловская Е. Политический сегмент российского Интернета, его развитие и перспективы // Интернет и российское общество. М., 2002.
- 4 Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы, М.: Вагриус, 1998;
- 5 Эко У. «От Интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст». Отрывки из публичной лекции в МГУ // Новое литературное обозрение. - 1998. - № 32;
- 6 Грачёв М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. http://uchebnik-online.com/soderzhanie/textbook_253.html
- 7 Луман Н. Рельность массмедиа. М.: Праксис, 2005. - 256с.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. ВЦИОМ // Режим доступа: <http://www.wciom.ru/>
2. ФОМ // Режим доступа: <http://fom.ru/>
3. Левада-центр // Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
4. ЦИРКОН // Режим доступа: <http://www.zircon.ru/>
5. РОМИР // Режим доступа: <https://romir.ru/>
6. Европейское социальное исследование // Режим доступа: <http://www.ess-ru.ru/>
7. Институт социологии РАН // Режим доступа: <http://www.isras.ru/>
8. Научная библиотека РГГУ // Режим доступа: <http://liber.rsuh.ru/>
9. Российский мониторинг экономического положения и состояния здоровья // Режим доступа: <http://www.hse.ru/rlms/>
10. Федеральная служба государственной статистики // Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
11. Социологос // Режим доступа: <http://www.sociologos.ru/>
12. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» // Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>
13. European Values Study // Mode of access: <http://www.europeanvaluesstudy.eu/>
14. World Values Survey // Mode of access: <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>
15. JStor // Режим доступа: <http://www.jstor.org>
16. SAGE Journals // Режим доступа: <http://online.sagepub.com/>
17. The International Social Survey Programme (ISSP) // Mode of access: <http://www.gesis.org/en/issp/>

18. Znanium: электронная библиотечная система // Режим доступа: <http://znanium.com>
19. Полезные ссылки по социологии. Информационный комплекс РГГУ "Научная библиотека" // Сайт Библиотеки РГГУ // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://liber.rsuh.ru/?q=node/1134>
20. Национальная электронная библиотека (НЭБ) // Режим доступа: www.rusneb.ru
21. ELibrary.ru Научная электронная библиотека // Режим доступа: www.elibrary.ru
22. Электронная библиотека Grebennikon.ru // Режим доступа: www.grebennikon.ru
23. Cambridge University Press
24. ProQuest Dissertation & Theses Global
25. Taylor and Francis

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины «Вторичный анализ данных» используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые доской, компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы практических (семинарских) занятий. Методические указания по организации и проведению

Каждое практическое занятие дисциплины «Социология СМИ и анализ медиа» включает *устный опрос* студентов по ключевым вопросам соответствующего лекционного занятия, *обсуждение результатов домашних заданий*, консультации по теоретическим и практическим вопросам, возникшим в ходе их выполнения.

Семинарские занятия предназначены для студентов, прослушавших лекции по современным теориям коммуникации.

При подготовке к семинарам студенты должны анализировать источники и обязательную литературу по конкретным вопросам, поставленным к занятию. В случае, если материал, представленный источниками, недостаточен для ответа на вопросы, рекомендуется привлекать дополнительную литературу, указанную в списке к семинарскому занятию.

На семинарских занятиях студенты должны грамотно вести дискуссию, аргументировано излагать свое мнение в ходе защиты своей позиции.

Литература, отобранная для работы студентов на семинарах, доступна, в основном сосредоточена в научной библиотеке РГГУ, доступна в Интернете, отвечает потребностям изучения актуальных проблем социологии политики и интернет - коммуникаций; содержит зарубежные и отечественные теоретические труды.

При подготовке к семинарским занятиям используется литература, указанная в пунктах 6.1. и 6.2.

Семинар 1. Основные особенности современных СМИ и Интернет-технологий в зарубежной практике политической коммуникации и связей с общественностью

Вопросы для обсуждения:

1. Правила работы специалистов PR в Интернете... Реклама в Интернете. Обмен информацией. Использование поисковых систем. Википедия и связанные с ней проекты. «Мозговые центры» (think tanks) в WWW
2. Ведущие этические принципы
3. Основные технологии электронных паблик-рилейшнз.
4. Доменная практика.
5. Социокоммуникация как научная дисциплина.

Семинар 2. Становление системы СМИ

Вопросы для обсуждения:

1. Сми как социальный институт.
2. Нормативные теории СМИ
3. СМИ в СССР
4. . Эволюция СМИ в постсоветской России.

Контрольные вопросы:

1. Каковы особенности авторитарной теории медиа?
2. Что такое теория социальной ответственности СМИ?

3. В чём смысл государственного контроля за массовыми коммуникациями?
Что такое политическая коммуникация?

Семинар 3: Новые медиа в политической рекламе.

Вопросы для обсуждения

1. Принципы построения системы пиар-технологий политической рекламы в новых медиа.
2. Этические ограничения. Зарубежный опыт.
3. Распространение информации.
4. Создание политического имиджа.
5. Заполнение контента на форумах. Привлечение сторонников и удержание политических активистов.

Какие факторы определяют онтологию социальной коммуникации?

Семинар 4. Использование СМИ в «третьем секторе» (НКО, НГО), общественных, религиозных организациях.

Вопросы для обсуждения:

1. Принципы работы сайта НКО. Их предназначение, информирование о работе организации.
2. Условия размещения информации о своей работе. Наиболее удачные примеры из зарубежного опыта.
3. Создание сайтов неформальными общественными группами.
4. Выдвижение общественных инициатив в социальных медиа.
5. Основные функции и дисфункции СМИ. Противодействие тоталитарным сектам и религиозному экстремизму.
6. Актуальные концепции социальной коммуникации США и Западной Европы.

Семинар 5. Постмодернистские теории СМИ

Вопросы для обсуждения:

1. Концепция медиа Ж.Бодрийара.
2. Метамодерн и его адепты.
3. М. Маклюэн и его «глобальная деревня».

Семинар 6. Социологические исследования в сфере медиа. Вопросы для обсуждения:

1. СМИ как объект социологического исследования. Основные подходы.
2. Особенности социологического исследования СМИ. Эмпирические исследования целевых аудиторий.

Семинар 7. Новые медиа и классические СМИ: проблемы взаимодействия.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое «Интернет-СМИ»? Их виды, особенности функционирования.
2. Сайты традиционных масс-медиа – газет, журналов, телекомпаний и радиостанций.
3. Информационные агентства в Интернете.
4. Взаимодействие с журналистами Интернет-изданий.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Требования к оформлению домашних заданий:

Объем работы должен составлять 4 – 6 тыс. знаков с пробелами. Специальные требования к оформлению не предъявляются: материалы могут быть представлены в свободной форме, позволяющей наиболее полно раскрыть тему задания. Работа должна быть оригинальной и содержать собственные размышления студента.

Требования к оформлению самостоятельной работы:

Объем работы должен составлять 6-10 тыс. знаков с пробелами. Специальные требования к оформлению не предъявляются: материалы могут быть представлены в свободной форме, позволяющей наиболее полно раскрыть тему задания. Работа должна быть оригинальной и содержать собственные размышления студента.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Социология средств массовой информации и медиа-анализ» реализуется на социологическом факультете Социологии кафедрой Политической социологии и социальных технологий.

Цель дисциплины: подготовить специалистов, обладающих навыками анализа конкретных социологических данных с учетом различных точек зрения на природу и функции СМИ как социального феномена.

В рамках данной дисциплины предусматривается решение *следующих задач*:

- выявить последствия медиатизации социальной коммуникации;
 - рассмотреть основные этапы развития СМК и СМИ;
 - изучить современные подходы к системной организации коммуникации;
- рассмотреть возможности решения задач естественных и естественно-искусственных коммуникативных систем в связи с социальными запросами современного общества;
- рассмотреть формы политического участия российских граждан посредством современных медиа;
 - проанализировать методы анализа СМИ и медиакommunikаций;
 - выявить особенности таких коммуникативных областей, как общественные связи и отношения.

Дисциплина «Социология СМИ и анализ медиа» направлена на формирование следующих компетенций:

- ПК 1.1. Описывает, объясняет, прогнозирует социальные явления и процессы на основе теоретических концепций, результатов фундаментальных и прикладных социологических исследований

- ПК 3.1. Проводит диагностику общественно-политической ситуации в рамках прикладного социологического исследования.

ПК 3.2. Дает теоретическое, методическое обоснование в рамках прикладного социологического исследования.

ПК 3.3. Разрабатывает процедуры сетевого, статистического, политического анализа информации в рамках прикладного социологического исследования.

ПК 4.1. Проводит социальную диагностику и подготовку к сбору социологических данных.

ПК 4.2. Собирает данные из первичных и вторичных источников с применением современной аппаратуры, оборудования.

ПК 4.3. Обрабатывает, анализирует и представляет собранные данные с применением информационных технологий.

В результате освоения дисциплины «Социология СМИ и анализ медиа» обучающийся должен:

Знать:

- содержание изложенных в курсе социологических и методологических концепций;
- особенности Интернет - технологий как пространства политической коммуникации в современном российском обществе;
- основные принципы обобщения и анализа информации, эффективной постановки цели и оптимального ее достижения.

Уметь:

- применять методы и технологии работы с различными целевыми аудиториями в сфере интернет-коммуникаций;
- анализировать данные, в том числе данных социологических исследований, применять знание методов и теоретических оснований социальных наук при осуществлении подготовки программ, рекомендаций и решений поставленных задач ;
- подготовить эссе с элементами анализа профессиональных навыков героев фильма на профессиональную тематику;
- исследовать особенности социальной коммуникации разных социокультурных общностей, используя адекватные социологические методы;
- оценивать практические возможности PR- методов в Интернете.

Владеть:

- понятийным аппаратом дисциплины;
- техниками анализа и интерпретации материала.

По дисциплине «Социология СМИ и анализ медиа» предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы. Форма контроля зачет.