



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГУ»)

Институт социально-экономических наук
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 – 2026

Социология средств массовой информации и медиа-анализ

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

канд. соц. наук, доцент, А.А.Хохлов

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры политической социологии и социальных технологий
№4 от 12 декабря 2025 года.

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
5	Лекции	20
5	Семинары	34
Всего:		54

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 54 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-релейшнз. 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>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
82-68/ С	хорошо/ зачтено	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. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ 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 выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ 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 выставляется 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 органами 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/rllms/>
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 дисфункцииСМИ.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.