

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Забайкальский государственный университет»  
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет социальных технологий и управления  
Кафедра Социологии

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Факультет социальных  
технологий и управления

Лига Марина Борисовна

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_  
г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.11 Социология коммуникаций  
на 108 часа(ов), 3 зачетных(ые) единиц(ы)  
для направления подготовки (специальности) 39.03.01 - Социология

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом  
Министерства образования и науки Российской Федерации от  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г. №\_\_\_\_\_

Профиль – Социология (для набора 2024)  
Форма обучения: Очная

# 1. Организационно-методический раздел

## 1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Развитие способности к аналитическому мышлению; умений вступать в коммуникацию и вести переговоры на различных уровнях; развитие общих способностей: общения и сотрудничества, точности и продуктивности в решении задач. Владение навыками методологического анализа коммуникативных процессов.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение основных представлений о функционировании коммуникационных процессов в обществе; - получение системного комплекса знаний о существовании в современном обществе информационной индустрии как социального института; - формирование представления о массовых коммуникациях как социальном институте, развитие которого тесно связано с развитием человеческой цивилизации, в частности, со сменой основных социо- политических и экономических укладов, с технологическими и техническими революциями; - понимание социологического подхода к деятельности СМК, как системы, реально функционирующей в широком социальном контексте, включающим исторические модели организации СМК в национальных границах; - знакомство с социологическими методами, с помощью которых можно получить представление о качественных и количественных характеристиках основных звеньев коммуникативной цепи; - изучение зависимостей между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и деятельностью в сфере связей с общественностью; - рассмотрение места социологических знаний о СМК в процессе принятия решения в сфере деятельности по связям с общественностью; - изучение влияния СМК на индивида, социум.

## 1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина «Социология коммуникаций» относится к базовой части профессионального цикла Б1.В.ОД.8 подготовки студентов по направлению 39.03.01 «Социология». Дисциплина связана с такими дисциплинами как «Социология», «Социология молодежи», «Социология культуры», «Современные информационные технологии в социальных науках», «Социология организаций», «Технологии управления и манипулирования общественным мнением».

## 1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

Виды занятий	Семестр 8	Всего часов
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	45	45

Лекционные (ЛК)	18	18
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	27	27
Лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	27	27
Форма промежуточной аттестации в семестре	Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
ОПК-2	ОПК-2.1. Находит, анализирует и представляет фактические данные, готовит аналитическую информацию об исследуемых социальных группах, процессах и явлениях	<p>Знать: 1) свойства и особенности информационных систем; особенности сложных масс-медиа систем основы социологической теории коммуникации;</p> <p>Уметь: 1) анализировать информацию исходя из знания теоретических концепций социологической науки; 2) применять полученные знания для анализа фактов и событий действительности с позиции социологии коммуникаций.</p> <p>Владеть: 1) способностями находить, оценивать использовать информацию о тенденциях развития коммуникации, об актуальных проблемах и процессах в области коммуникации из различных источников; 1) методами обработки, анализа и</p>

		синтеза информации о коммуникации.
ПК-1	ПК-1.1. Детализирует технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии.	<p>Знать: 1) особенности исследования коммуникации в разных сферах общественной жизни, в области рекламы, моды, индустрии; 1) социологические методики исследования межличностной, специализированной и массовой коммуникации.</p> <p>Уметь: 1) применять количественные и качественные методы к изучению различных видов коммуникации.</p> <p>Владеть: 1) методами социологических исследований данной сферы жизни общества. 2) способностью представлять результаты своей научной и профессиональной деятельности.</p>

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

##### 3.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			С Р С
					Л К	П З (С З)	Л Р	
1	1.1	Социология коммуникации и как проблемная область социологического знания.	Основные понятия дисциплины «Социология коммуникации». История изучения коммуникации в науке.	10	2	4	0	4
2	2.1	Виды, уровни и модели коммуникации	Виды, уровни коммуникации. Невербальное поведение	10	2	4	0	4

		и.	как естественная коммуникативная система. Язык как объект социологии коммуникации. Модели коммуникации.					
3	3.1	Теоретические и практические направления социологического изучения коммуникации в обществе.	Научные школы социологии коммуникаций. Методология и методика исследования коммуникации.	10	2	4	0	4
4	4.1	Субъекты коммуникационного процесса.	Политическая и социальная коммуникации. Деловая коммуникация и этикет.	10	2	4	0	4
5	5.1	Массовая коммуникация.	Массовая коммуникация – сущность, нормативные принципы функционирования. СМК и СМИ: особенности функционирования.	10	2	4	0	4
6	6.1	Особенности массовой коммуникации в современном обществе	Теоретические подходы к исследованию массовой коммуникации. Коммуникационное поле в современном обществе. Глобальные коммуникативные сети. Интернет.	6	2	2	0	2
7	7.1	Общественное мнение как социальный институт.	Общественное мнение как социальный институт. Технологии формирования общественного мнения.	8	2	3	0	3
8	8.1	Социологические методы исследования общественного мнения.	Особенности и проблемы социологического изучения общественного мнения.	8	4	2	0	2

			Социологические методы исследования общественного мнения.					
Итого				72	18	27	0	27

### 3.2. Содержание разделов дисциплины

#### 3.2.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Основные понятия дисциплины «Социология коммуникации». История изучения коммуникации в науке.	Предмет социологии коммуникаций. Статус социологии коммуникации как научной дисциплины: Основные этапы развития социологии коммуникации как науки. Социальные предпосылки оформления социологии коммуникации как науки. Научные, прагматические, идеологические факторы развития социологии СКМ. Основные понятия дисциплины: язык, информация, коммуникация, общение, взаимодействие, субъекты коммуникации коммуникативный акт (Лассуэл, Якобсон), «коммуникативная /языковая компетентность, коммуникативная/речевая деятельность и пр. Понятия массового общества, массового сознания и массовой коммуникации. История изучения коммуникации в науке. Особенности коммуникаций в социальном организме.	2
2	2.1	Виды, уровни коммуникации. Невербальное поведение как естественная коммуникативная система. Язык как объект социологии	Виды, уровни коммуникации. Социологические аспекты анализа невербальной коммуникации. Природное и социальное в выразительном поведении человека. Структура невербальной коммуникации: кинесика, тактильное поведение, экстралингвистические и ольфакторные средства. Функции невербальной коммуникации. Проблемы интерпретации	2

		коммуникации. Модели коммуникации.	<p>невербального поведения. Язык как объект социологии коммуникации</p> <p>Звук и смысл. Слово в сознании человека. Речь. Речевой акт.</p> <p>Коммуникативная функция языка.</p> <p>Познавательная функция языка и языковая картина мира.</p> <p>Регулятивная функция языка.</p> <p>Социальная природа языка. Язык и мышление. Коммуникация как процесс. Основные элементы коммуникационного процесса: производство, мультипликация, распространение, прием, распознавание, использование информации. Коммуникативные стратегии. Структурные модели коммуникационных процессов: линейная модель Г. Лассуэлла; модель Шеннона-Уивера; модель Де Флюера; циркулярная модель Осгуда-Шрамма; спиралевидная модель Дэнса; модель Дж. Гербнера и др..</p> <p>Посткоммуникативные процессы.</p> <p>Использование их в различных социальных ситуациях.</p>	
3	3.1	<p>Научные школы социологии коммуникаций.</p> <p>Методология и методика исследования коммуникации.</p>	<p>Теоретические и практические направления изучения коммуникации в обществе. Научные школы социологии коммуникаций.</p> <p>Выборочный опрос (анкетный опрос, интервью); метод наблюдения; эксперимент; метод экспертных оценок; фокус-группы.</p> <p>Коммуникатор и социологические способы его изучения. Анализ содержания как социологический метод изучения информационных потоков. Контент-анализ в исследованиях материалов СМИ. Семиологический анализ текстов.</p>	2
4	4.1	<p>Политическая и социальная коммуникации. Деловая коммуникация и этикет.</p>	<p>Субъекты социальных интересов. Государство, политические силы, общественное мнение, рекламодатели, структуры по связям общественности, бизнес, аудитория, личность как социальные институты, реализующие свои интересы с</p>	2

			<p>помощью СМК. Узлы напряжения и формы регуляции отношений. Роль законодательства, профессиональных кодексов этики, неформализованных способов в регуляции этих отношений</p> <p>Формы сосуществования государства и средств массовой коммуникации. Способы формирования законодательной и исполнительной власти в демократических структурах.</p> <p>Проблема представительной власти. Социальное меньшинство. Формы актуализации мнений меньшинства.</p> <p>Способы контроля над властью. Место прессы в способах контроля. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности. Понятие информационной безопасности.</p>	
5	5.1	<p>Массовая коммуникация – сущность, нормативные принципы функционирования. СМК и СМИ: особенности функционирования.</p>	<p>Массовая коммуникация в ее отличии от межличностной и специальной. Функции массовой коммуникации. Особенности социологического рассмотрения массовой коммуникации.</p> <p>Нормативные принципы функционирования массовой коммуникации. Принцип свободы печати: прошлое и настоящее. Концепция общественного вещания. Типология взаимоотношений СМК и государства. Институт цензуры. СМК: структура отношений форм собственности. МК и мировые информационные процессы.</p>	2
6	6.1	<p>Теоретические подходы к исследованию массовой коммуникации.</p>	<p>Экономические, политические, культурные и технологические факторы, определяющие становление и роль массовой коммуникации в современном мире. Структурно-функциональная традиция (Р. Мертон, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэл). Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации (К. Маркс, Л. Альтюссер, А. Грамши). Критическая традиция (Франкфуртская школа, Ч. Р. Миллс)</p>	2



			Теории информационного общества (Д. Белл, М. Кастельс). Средства МК в постмодернистской перспективе (М. Маклюэн, Г. Дебор., Ж. Бодрийяр).	
7	7.1	Общественное мнение как социальный институт.	Общественность и ее мнение. Сущность, содержание и функции общественного мнения. Установка и общественное мнение. Объект и субъект общественного мнения. Стадии процесса развития общественного мнения. Объективные условия и социальные предпосылки формирования общественного мнения.	2
8	8.1	Особенности и проблемы социологического изучения общественного мнения.	Изучение общественного мнения. Философские, психологические, социологические теории, рассматривающие роль, значение и способы влияния на общественное мнение. Дж. Гэллуп и научное изучение общественного мнения. Теория “спирали умолчания” Э. Ноэль и ее прикладное значение для теории взаимоотношений СМК и общества.	4

### 3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Социология коммуникации и как проблемная область социологического знания. Основные понятия дисциплины «Социология коммуникации». История изучения коммуникации	Социология коммуникации как проблемная область социологического знания. Основные понятия дисциплины «Социология коммуникации». История изучения коммуникации в науке.	4

		и в науке.		
2	2.1	Виды, уровни коммуникации. Модели коммуникации.	Виды, уровни коммуникации. Невербальное поведение как естественная коммуникативная система. Язык как объект социологии коммуникации. Структурные модели коммуникационных процессов: линейная модель Г. Лассуэлла; модель Шеннона-Уивера; модель Де Флюера; циркулярная модель Осгуда-Шрамма; спиралевидная модель Дэнса; модель Дж. Гербнера и др.. Посткоммуникативные процессы. Использование их в различных социальных ситуациях.	4
3	3.1	Научные школы социологии коммуникаций. Методология и методика исследования коммуникации.	Теоретические и практические направления изучения коммуникации в обществе. Научные школы социологии коммуникаций. Выборочный опрос (анкетный опрос, интервью); метод наблюдения; эксперимент; метод экспертных оценок; фокус-группы. Коммуникатор и социологические способы его изучения. Анализ содержания как социологический метод изучения информационных потоков. Контент-анализ в исследованиях материалов СМИ. Семиологический анализ текстов.	4
4	4.1	Политическая и социальная коммуникации. Деловая коммуникация и этикет.	Влияние форм собственности на деятельность информационных органов. Проблема финансовой свободы и зависимости информационного канала. Понятие массовых и партийных информационных источников. Информационный продукт. Производство информационного продукта. Неприбыльные источники информации. Государственные дотации. Гарантии плюрализма мнений. Понятие качества издания. Стандарты качества информации. Формы и способы контроля над качеством. "Массовидные" вкусы аудитории. Национальные	4

			особенности организации информационной инфраструктуры. Информационная инфраструктура России: современные очертания.	
5	5.1	СМК и СМИ: особенности функционирования.	Функции и роли СМК. СМИ, причины возникновения, атрибуты социального института. Связь СМИ и других социальных институтов. Социальные причины роста или ослабления влиятельности СМИ в отдельные исторические периоды. Реклама и СМИ: особенности взаимодействия.	4
6	6.1	Коммуникативное поле в современном обществе. Глобальные коммуникативные сети. Интернет.	Глобализация информационных процессов на современном этапе. Транснациональные экономические и информационные потоки в современном обществе, влияние их на национальные культуры, на национальные ценности. Проблемы информационного общества. Глобальные коммуникативные сети. Интернет. Особенности интернет-аудитории. Социокультурные особенности коммуникации в сетевых сообществах, в виртуальных организациях	2
7	7.1	Технологии формирования общественного мнения.	Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения. История разработки и применения технологий манипуляции общественным мнением Идеологические основы как основа формирования государств Европы, США, Германии и Советского союза в начале XX века. Механизмы формирования общественного мнения: спонтанного, стихийного –под воздействием чувственной сферы; сознательного -под воздействием социального управления. Социально-психологический механизм (внушение, убеждение, подражание, авторитет). Факторы, влияющие на сознательное общественное мнение (потребности и интересы субъекта;	3

			ценностные ориентации; знания, информированность; убеждения). Информационно-коммуникативные технологии: определение, разновидности, основные характеристики. Сущность маркетинговых коммуникаций и их элементы. Технология рекламы. Психологическое воздействие рекламы и способы защиты от него. Технология PR. Понятие эффекта информационного воздействия. Информационная безопасность и информационная война. Телевидение как распространитель социальных установок. Трансформация методов управления общественным мнением в современном мире: от пропаганды к «мягким» технологиям.	
8	8.1	Социологические методы исследования общественного мнения.	Прикладные исследования аудитории массовой коммуникации. Особенности измерения коммуникативного поведения. Мотивационный анализ. Когнитивное картирование и оперативное кодирование. Нарративный анализ. Ролевой анализ. Дискурс-анализ как метод исследования социальной коммуникации. Качественные методы в социологии коммуникаций. Глубинное интервью и фокус-группы и их место в социологии коммуникаций. Работа с экспертами.	2

### 3.2.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)

### 3.3. Содержание материалов, выносимых на самостоятельное изучение

Модуль	Номер раздела	Содержание материалов, выносимого на самостоятельное	Виды самостоятельной деятельности	Трудоемкость (в часах)

		изучение		
1	1.1	Социология коммуникации как проблемная область социологического знания. Основные понятия дисциплины «Социология коммуникации». История изучения коммуникации в науке.	Подготовка докладов, реферат, составление глоссария.	4
2	2.1	Виды, уровни коммуникации. Модели коммуникации.	Подготовка доклада, составление схем.	4
3	3.1	Теоретические и практические направления изучения коммуникации в обществе. Научные школы социологии коммуникаций. Выборочный опрос (анкетный опрос, интервью); метод наблюдения; эксперимент; метод экспертных оценок; фокус-группы. Коммуникатор и социологические способы его изучения. Анализ содержания как социологический метод изучения информационных потоков. Контент-анализ в исследованиях материалов СМИ. Семиологический анализ текстов.	Подготовка докладов, рефератов. Подготовка программы социологического исследования.	4
4	4.1	Политическая и социальная коммуникации. Деловая коммуникация и этикет.	Подготовка докладов, презентации, выполнение кейса.	4
5	5.1	Массовая коммуникация – сущность, нормативные	Подготовка докладов.	4

		принципы функционирования. СМК и СМИ: особенности функционирования.		
6	6.1	Теоретические подходы к исследованию массовой коммуникации. Коммуникационное поле в современном обществе. Глобальные коммуникативные сети. Интернет.	Решение кейсов, аналитическая записка.	2
7	7.1	Общественное мнение как социальный институт. Технологии формирования общественного мнения.	Подготовка рефератов и их презентации.	3
8	8.1	Особенности и проблемы социологического изучения общественного мнения. Социологические методы исследования общественного мнения.	Подготовка программы социологического исследования, презентация результатов социологического исследования.	2

#### **4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

#### **5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

##### **5.1. Основная литература**

##### **5.1.1. Печатные издания**

1. 1. Иванова, О.В. Социология коммуникации : учеб. пособие / О.В. Иванова. – Чита : ЗабГУ, 2017. - 134 с. 2. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф.И. Шарков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2010. – 592 с.

##### **5.1.2. Издания из ЭБС**

1. 1. Болотова, А. К. Социальные коммуникации. Психология общения: учебник и

практикум для СПО / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Изд-во Юрайт, 2017. – 327 с. 2. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации: учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Изд-во Юрайт, 2017. – 299 с.. 3. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Изд-во Юрайт, 2017. – 603 с.

## 5.2. Дополнительная литература

### 5.2.1. Печатные издания

1. 1. Василик, М.А. Основы теории коммуникации : учебник / М. А. Василик. - М. : Гардарики, 2006. – 615 с. 2. Романов, А.А. Массовые коммуникации : учеб. пособие /А.А. Романов, Г.А. Васильев. - М. : Вузовский учебник, 2009. - 236 с. 3. Топоркова, Е.П. Основы современных коммуникаций : учеб. пособие /Е.П. Топоркова, М. В. Скрипкарь. - Чита : ЗабГУ, 2011. - 163 с.

### 5.2.2. Издания из ЭБС

1. 1. Касьянов, В. В. Социология интернета : учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. – М.: Изд-во Юрайт, 2017. – 424 с. 2. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации: учебник для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Изд-во Юрайт, 2017. – 415 с.

## 5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Название	Ссылка
Каждому студенту предоставляется возможность индивидуального дистанционного доступа из любой точки, в которой имеется Интернет, к информационно-справочным и поисковым системам, электронно-библиотечным системам, с которыми у вуза заключен договор (ЭБС «Троицкий мост»; ЭБС «Лань»; ЭБС «Юрайт»; ЭБС «Консультант студента»; «Электронно-библиотечная система eLibrary»; «Электронная библиотека диссертаций»). Официальный сайт Института социологии Российской академии наук <a href="http://www.isras.ru">www.isras.ru</a> Официальный сайт Института социально-политических исследований РАН <a href="http://www.isprgas.ru">www.isprgas.ru</a> Официальный сайт международной социологической ассоциации <a href="http://www.isa-sociology.org">www.isa-sociology.org</a> Официальный сайт всероссийского центра изучения общественного мнения <a "="" bibliotek_buks="" href="http://www.isa-&lt;/a&gt;&lt;/td&gt; &lt;td&gt;&lt;a href=" https:="" koneck="" sociolog="" www.gumer.info="">https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/koneck/</a>	

[sociology.org](http://sociology.org)      Официальный сайт  
 всероссийского центра изучения  
 общественного мнения [www.wciom.ru](http://www.wciom.ru)  
 Официальный сайт Аналитического центра  
 Юрия Левады «Левада-центр»  
[www.levada.ru](http://www.levada.ru) Официальный сайт Фонда  
 «Общественное мнение» [www.fom.ru](http://www.fom.ru)  
 Официальный сайт факультета социологии  
 Российского государственного социального  
 университета [www.socio.rgsu.net](http://www.socio.rgsu.net) Институт  
 социологии РАН <http://www.isras.ru/>  
 Институт научной информации по  
 общественным наукам <http://www.inion.ru/>  
 Журнал «Социологические исследования»  
 (Социс) [http://www.isras.rssi.ru/R\\_SocIs.htm](http://www.isras.rssi.ru/R_SocIs.htm)  
 Журнал «Социология: 4М»  
<http://www.isras.ru/4M.html>  
 «Социологический журнал»  
<http://www.isras.ru/Sociologicalmagazine.html>  
 Российская государственная библиотека//  
 электронный каталог  
[//www.rsl.ru/ru/s97/s339/](http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/) Факультет  
 социологии МГУ / электронная библиотека  
<http://lib.socio.msu.ru/l/library>  
 РГСУ//научные журналы  
<http://lib.socio.msu.ru/l/library> Президентская  
 библиотека <http://www.prlib.ru>  
 Национальная электронная библиотека  
<http://www.rusneb.ru>  
 Демоскоп//электронный журнал  
<http://demoscope.ru> Новое поколение:  
 экономисты, политологи,  
 философы <http://www.newgen.org/>  
 Федеральный образовательный портал по  
 экономике, социологии и  
 менеджменту [www.ecsocman.edu.ru](http://www.ecsocman.edu.ru)  
 «Socioline.ru» - материалы по социологии  
<http://socioline.ru/> Федеральная служба  
 государственной статистики РФ  
<http://www.gks.ru>

## 6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:



## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	
Учебные аудитории для промежуточной аттестации	
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре
Учебные аудитории для текущей аттестации	

## 8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Значительную часть дисциплины «Социология коммуникаций» занимают практические занятия. Цель практических занятий состоит в том, чтобы студенты на основе изучения литературы, лекционного материала, выполнения практических заданий, более глубоко усвоили вопросы учебного курса, приобрели навыки применения полученных знаний в будущей практической и научной деятельности.

Студенты готовятся по всем вопросам плана практических занятий.

Это обеспечивает целостность проработки проблемы. На обсуждение же могут выноситься наиболее сложные, интересные, требующие обсуждения вопросы. Особое внимание следует обращать на уяснение понятий темы. Понятия усваиваются в процессе чтения специальной литературы, в ходе обсуждения проблемы на семинаре. Необходимой частью работы студента является подготовка и публичная демонстрация знаний.

В процессе подготовки к занятиям студентам предлагается подготовить презентации по заданным темам, входящим в курс «Социология коммуникаций».

Презентация (от английского слова - представление) – это набор цветных картинок-слайдов на определенную тему, который хранится в файле специального формата с расширением PP. Термин «презентация» (иногда говорят «слайд-фильм») связывают, прежде всего, с информационными и рекламными функциями картинок, которые рассчитаны на определенную категорию зрителей (пользователей).

1. Оптимальный объем.

Для учебной презентации наиболее эффективен зрительный ряд объемом не более 20 слайдов (оптимально 12-15). Зрительный ряд из большего числа слайдов вызывает утомление, отвлекает от сути изучаемой темы.

В связи с этим необходимо строго отбирать видеоматериал для презентации, исходя из принципа разумной достаточности. Не следует использовать изображения, относящиеся к понятиям, на обстоятельное раскрытие которых лектор не рассчитывает. Не должно быть "лишних" слайдов, которые не сопровождаются пояснением. Необходимо исключать дублирующие, похожие слайды.

## 2. Доступность.

Обязателен уровня подготовки зрителей. Нужно обеспечивать понимание смысла каждого слова, предложения, понятия, раскрывать их, использовать образные сравнения. Значение всех новых терминов должно быть разъяснено. Можно включать в презентацию схемы, графики, черно-белые фотографии.

## 3. Научность

Необходимо построение всех положений, определений и выводов на строго научной основе. Яркие картинки не должны противоречить реальным фактам. Недопустимо добиваться красочности, изменения масштабов изображений и т.п. в ущерб научной достоверности.

## 4. Учет особенности восприятия информации с экрана

Текст на слайде зрители практически не воспринимают. Поэтому в презентациях (в особенности гуманитарного профиля) лучше оставить текст только в виде имен, названий, числовых значений, коротких цитат. Лучше избегать обилия цифр. Числовые величины имеет смысл заменить сравнениями.

## 5. Разнообразие форм.

Разные люди в силу своих индивидуальных особенностей полнее воспринимают информацию, представленную разными способами. Кто-то из аудитории лучше воспринимает фотографии, кто-то схемы или таблицы и т.д. Использование в презентации разных форм представления одной и той же информации повышает полноту ее восприятия практически каждым зрителем.

## 6. Эстетичность

Немаловажную роль в положительном восприятии презентации играют гармоничные цветовые сочетания, выдержанность стиля и эстетичность в оформлении слайдов, музыкальное сопровождение.

## 7. Динамичность

Необходимо подобрать оптимальный для восприятия темп смены слайдов, анимационных эффектов.

Учет указанных особенностей конструирования и оформления презентации в значительной степени влияет на эффективность восприятия представленной в ней информации.

В завершения изучения отдельных разделов курса студентам предлагается написать реферат.

Реферат (от лат. referre — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу.

Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях).

Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу.

Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью.

Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы; связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов, а цельность — смысловую законченность текста.

Объем реферата 15–20 страниц. При работе над рефератом рекомендуется использовать не менее 4–5 современных источников.

Параметры оформления текста реферата:

шрифт – Times New Roman; размер (кегель) шрифта – 14; выравнивание текста – по ширине;

интервалы: перед и после абзаца – 0 пт., межстрочный – 1,5; размер полей: левого — 30 мм, правого — 10 мм, верхнего — 20 мм, нижнего — 20 мм. Абзацные отступы должны быть равны пяти буквам или 1,27 см.

Общая оценка складывается из оценки оформления, содержания работы, логичности и полноты раскрытия темы, современности списка литературы и его соответствия поставленной теме.

Рекомендации к написанию эссе:

Слово "эссе" пришло в русский язык из французского и исторически восходит к латинскому слову *exagium* (взвешивание). Французское *essai* можно буквально перевести словами опыт, проба, попытка, набросок, очерк.

Эссе - это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

Некоторые признаки эссе:

- наличие конкретной темы или вопроса. Произведение, посвященное анализу широкого круга проблем, по определению не может быть выполнено в жанре эссе.
- эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендует на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.
- как правило, эссе предполагает новое, субъективно окрашенное слово о чем-либо, такое произведение может иметь философский, историко-биографический, публицистический, литературно-критический, научно-популярный или чисто беллетристический характер.
- в содержании эссе оцениваются в первую очередь личность автора - его мировоззрение, мысли и чувства.

Цель эссе состоит в развитии таких навыков, как самостоятельное творческое мышление и письменное изложение собственных мыслей.

Структура и план эссе

Структура эссе определяется предъявляемыми к нему требованиями:

1. мысли автора эссе по проблеме излагаются в форме кратких тезисов (Т).
2. мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы (А).

Аргументы - это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Лучше приводить два аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным, три аргумента могут "перегрузить" изложение, выполненное в жанре, ориентированном на краткость и образность.

Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

- вступление
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- заключение.

При написании эссе важно также учитывать следующие моменты:

1. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора).
2. Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.

Стиль изложения: эссе присущи эмоциональность, экспрессивность, художественность.

Эссе – очерк, содержащий подчеркнута личную позицию автора по какой-либо проблеме или вопросу в сочетании с непринужденным, часто парадоксальным изложением.

Содержание аннотации, реферата или эссе студент докладывает в течение 7 – 10 минут на практическом занятии. Затем автор отвечает на вопросы. После этого выступают оппоненты, которые заранее познакомились с текстом работы, и отмечают ее сильные и слабые стороны. На основе обсуждения студенту выставляется соответствующая оценка.

Разработчик/группа разработчиков:  
Елена Владимировна Артюшенкова

**Типовая программа утверждена**

Согласована с выпускающей кафедрой  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г.