

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 26.03.2026 21:09:00  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4  
к образовательной программе

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.О.20 Социология массовых коммуникаций  
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
(код, наименование направления подготовки)

Реклама и связи с общественностью  
в государственных и негосударственных организациях  
(наименование образовательной программы)

очная форма обучения  
(форма обучения)

Год набора – 2025

Санкт-Петербург, 2025 г

**Автор(ы)-составитель(и) РПД:**

Огородников Александр Александрович, кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

**Заведующий кафедрой:**

Ким Максим Николаевич, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Рабочая программа дисциплины Б1.О.20 Социология массовых коммуникаций одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций

протокол № 8 от 25 августа 2025 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

Дисциплина Б1.О.20 Социология массовых коммуникаций обеспечивает овладение следующими компетенциями:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции**	Наименование Компетенции**	Код индикатора достижения компетенций**	Наименование индикатора достижения компетенций**	Образовательный результат**
	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития отечественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2	Представляет продвигаемую продукцию любых СМИ на публичных мероприятиях; организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции любых СМИ, включая благотворительные мероприятия; вести мониторинг изменений на сайте организации, выявлять наиболее значимые обновления; модерировать обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях и совершенствовать процесс модерации	ОПК-2.2 О-1 Обладает основными компонентами системы маркетинговых коммуникаций, коммуникационных стратегий компании и бренда; ОПК-2.2 В-1 владеет основами проектной деятельности; ОПК-2.2 В-2 владеет корпоративными стандартами, регламентами и иными локальными нормативными актами, регулирующие профессиональную деятельность; ОПК-2.2 В-3 владеет основными принципами организации рекламной кампании; ОПК-2.2 У-1 умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями;

					<p>ОПК-2.2 У-2 умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами);</p> <p>ОПК-2.2 У-3 умеет составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию.</p>
	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1	<p>Разрабатывает предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ; согласовывать тематику нового продукта с руководством; контролировать сроки выполнения работ по подготовке сценарного материала; представлять проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации; принимать результаты маркетингового исследования, социологического опроса</p>	<p>ОПК-7.1 О-1 Обладает необходимыми знаниями гражданского законодательства Российской Федерации;</p> <p>ОПК-7.1 О-2 обладает необходимыми знаниями корпоративных стандартов, регламентов и иных локальных нормативных актов, регулирующих профессиональную деятельность;</p> <p>ОПК-7.1 В-1 владеет маркетинговыми технологиями;</p> <p>ОПК-7.1 В-2 владеет основными способами сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации;</p> <p>ОПК-7.1 В-3 владеет принципами построения и оценки обратной связи с</p>

					<p>потребителями продукции СМИ;  ОПК-7.1 З-1  знает правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок;  ОПК-7.1 У-1  умеет составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров;  умеет анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных;  ОПК-7.1 У-2  умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами);  ОПК-7.1 У-3  умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей;  ОПК-7.1 У-4  умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты;</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>ОПК-7.1 У-5  умеет находить и  анализировать  необходимую  информацию,  применять  количественные и  качественные методы  анализа;  ОПК-7.1 У-6  умеет составлять  аналитические отчеты,  проводить презентацию  результатов  маркетингового  исследования; умеет  формулировать  наблюдаемые,  измеримые и  достоверные  показатели,  характеризующие  продвижение  продукции СМИ.</p>
--	--	--	--	--	--

## 2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

**Общий объем дисциплины:** 2 з.е., 72 ак. часа, 54 астроном. часа.

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 24 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 8 ак. час на лекции и 16 ак. час на практические занятия. 48 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина Б1.О.20 «Социология массовых коммуникаций» входит в базовую часть учебного плана и изучается во 2 семестре.

### 3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

#### 3.1. Структура дисциплины (модуля)

*Очная форма обучения*

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВС ЕГ О	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения					Период промежуточной аттестации (сессия)			СРкр	СРэк		СР
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Катгэк				
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ											
Тема 1.	Массовая коммуникация как объект научного анализа	9	1			2							6	Устный опрос, дискуссия
Тема 2.	Основные этапы развития социологии массовых коммуникаций как науки	9	1			2							6	Устный опрос, дискуссия
Тема 3.	Массовая коммуникация как категория социальной науки	9	1			2							6	Устный опрос, дискуссия
Тема 4.	Возникновение массовой коммуникации в обществе	9	1			2							6	Устный опрос, дискуссия
Тема 5.	Массовая коммуникация как социальная подсистема	9	1			2							6	Устный опрос, дискуссия
Тема 6.	Средства массовой коммуникации и власть	9	1			2							6	Устный опрос, дискуссия
Тема 7.	Средства массовой коммуникации как вид бизнеса	9	1			2							6	Устный опрос, дискуссия
Тема 8.	Политическая коммуникация как вид массовой коммуникации	9	1			2							6	Устный опрос, дискуссия, тестирование



### 3.2. Содержание дисциплины

#### **Тема 1. Массовая коммуникация как объект научного анализа. ОПК-2.2**

Роль и значение массовой коммуникации в современном мире. Социология массовой коммуникации как специальная социологическая теория, ее место в структуре социологического знания. Объект и предмет изучения социологии массовой коммуникации. Структура социологии массовой коммуникации. Роль социологических исследований массовой коммуникации в жизни общества.

#### **Тема 2. Основные этапы развития социологии массовых коммуникаций как науки. ОПК-2.2**

Основные исторические этапы развития социологии массовых коммуникаций. Основные теоретические направления изучения массовой коммуникации в современной социологии. Основные теоретические модели коммуникации – одноступенчатая и двухступенчатая. Понятие «лидер мнений».

#### **Тема 3. Массовая коммуникация как категория социальной науки. ОПК-7.1**

Понятие массовой коммуникации. Массовая коммуникация как один из видов общения и вид речевой деятельности. Условия, необходимые для функционирования массовой коммуникации. Особенности продуктов деятельности СМК. Функции массовой коммуникации. Понятие «дисфункция». Основные теоретические подходы к изучению функций массовой коммуникации.

#### **Тема 4. Возникновение массовой коммуникации в обществе. ОПК-7.1**

Технологические и социальные революции как факторы изменений в средствах и функциях массовой коммуникации. Информационно-коммуникативные революции в обществе. Информационно - коммуникативное общество. Массовая компьютеризация и ее влияние на социальную динамику и стратификационные процессы. Глобализация современных средств массовой коммуникации.

#### **Тема 5. Массовая коммуникация как социальная подсистема. ОПК-7.1**

Массовая коммуникация как социальный институт. Понятие «информационная потребность». Деятельность средств массовой коммуникации как реализация интересов различных социальных субъектов. Взаимодействие СМК с другими социальными институтами общества. СМК как производитель и ретранслятор информации. Профессиональные факторы и факторы групп интересов в отборе и использовании информации. Понятие «медиа-образ».

#### **Тема 6. Средства массовой коммуникации и власть. ОПК-7.1**

Формы сосуществования государства и средств массовой коммуникации. Управление средствами массовой информации: модели, проблемы, тенденции. Государственный контроль за деятельностью СМК. Государственная политика в области средств массовой информации в Российской Федерации. Федеральное законодательство о СМИ. Региональные аспекты взаимоотношений местной власти со средствами массовой информации. СМК как «четвертая» власть.

#### **Тема 7. Средства массовой коммуникации как вид бизнеса. ОПК-7.1**

Характеристика современного медиа-бизнеса и медиа-рынка. Понятия «информационный продукт» и «информационная услуга». Влияние различных форм собственности на деятельность информационных органов. Типы средств массовой коммуникации (государственно-общественные, государственные и частные). Проблема финансовой

свободы и зависимости информационного канала. Формы частного владения СМИ и регламентирующая роль государства.

## **Тема 8. Политическая коммуникация как вид массовой коммуникации. ОПК-7.1**

Специфика политической коммуникации как вида массовой коммуникации. Использование СМИ в электоральном процессе. Политическая реклама, ее структура, процесс создания. Имидж политика через призму средств массовой информации. Создание публицити с помощью СМИ.

### **4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания**

4.1. Оценочные материалы по дисциплине (*наименование*) входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

#### 4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</li> <li>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</li> <li>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Выбрать несколько правильных ответов.</li> <li>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</li> <li>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания)</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр

		вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</li> <li>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</li> <li>2. Продумать логику и полноту ответа.</li> <li>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</li> <li>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</li> </ol>	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отсутствие фактических ошибок.</li> <li>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</li> <li>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</li> <li>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</li> </ol>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

**5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам**

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

устный опрос, дискуссия, тестирование.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Вопросы для устного опроса

Тема 1: Массовая коммуникация как объект научного анализа. ОПК-2.2

1. Роль и значение массовой коммуникации в современном мире.
2. Объект изучения социологии массовых коммуникаций.
3. Предмет изучения социологии массовых коммуникаций.
4. Социология массовых коммуникаций как наука, ее место в структуре социологического знания, взаимодействие с другими дисциплинами, изучающими массовую коммуникацию.
5. Практическое значение социологических исследований массовой коммуникации.

Тема 2: Основные этапы развития социологии массовых коммуникаций как науки. ОПК-2.2

1. Основные исторические этапы развития социологии массовых коммуникаций.
2. Социология массовых коммуникаций как мультипарадигмальная дисциплина.
3. Моделирование массовой коммуникации, основные методологические подходы.
4. Понятие «лидер мнений» и социологические методы изучения данного феномена.
5. Современные исследовательские структуры изучения СМК.

Тема 3: Массовая коммуникация как категория социальной науки. ОПК-7.1

1. Коммуникация как общение, общее и особенное.
2. Основные типы коммуникации и их особенности.
3. Массовая коммуникация, условия функционирования.
4. Массовая коммуникация, функции и дисфункции.
5. Основные подходы к изучению функций массовой коммуникации.

Тема 4: Возникновение массовой коммуникации в обществе. ОПК-7.1

1. Историческая эволюция естественных и технических средств массовой коммуникации.
2. Понятие «информационно-коммуникативная революция».
3. Информационно-коммуникативное общество, характерные черты и тенденции развития.
4. Интернет как средство массовой коммуникации.
5. Интерактивные масс-медиа, тенденции их развития.
6. Глобализация современных средств массовой коммуникации.

Тема 5: Массовая коммуникация как социальная подсистема. ОПК-7.1

1. Процесс институализации системы массовой коммуникации.
2. Информационные потребности и тематические интересы аудитории.
3. Социальные субъекты и реализация их интересов в СМК. Понятие «лоббирование».
4. Нормативная основа отношений в сфере СМК.
5. Факторы отбора информации. Понятие «медиа-образ».
6. Массовая коммуникация и социальное управление.

Тема 6: Средства массовой коммуникации и власть. ОПК-7.1

1. Основные исторические формы сосуществования государства и СМК.
2. Проблемы управления средствами массовой коммуникации.
3. Основные направления государственной политики в области СМИ.
4. СМК как «четвертая» власть. Масс-коммуникативные способы контроля за властью.
5. Социальная ответственность СМК и способы ее проявления.
6. Понятие «информационная безопасность».

Тема 7: Средства массовой коммуникации как вид бизнеса. ОПК-7.1

1. Современный медиа-бизнес и медиа-рынок: характеристика и тенденции развития.
2. Специфика информационного продукта и информационной услуги.
3. Качество издания: мировые и отечественные стандарты.
4. Роль государства в регулировании медиа-бизнеса.
5. Общественное вещание: теория и практика.

Тема 8: Политическая коммуникация как вид массовой коммуникации. ОПК-7.1

1. Политическая коммуникация: характерные черты и особенности.
2. Роль СМК в избирательном процессе. Модели воздействия СМК на проведение электората.
3. Опросные методы в ходе избирательной кампании и публикация результатов опросов в СМК.
4. Понятия «политический маркетинг» и «политическая реклама».
5. Создание имиджа политика и его публицити средствами массовой коммуникации.

Темы для дискуссии:

Тема 1. Массовая коммуникация как объект научного анализа. ОПК-2.2

1. Социология массовой коммуникации как самостоятельная область научного знания.
2. Массовая коммуникация как фактор формирования и отражения общественного мнения.
3. Социологические исследования СМИ как инструмент власти и общественного контроля.

Тема 2. Основные этапы развития социологии массовых коммуникаций как науки. ОПК-2.2

4. Одноступенчатая и двухступенчатая модели коммуникации в контексте социальных сетей.
5. Лидеры мнений в современном обществе: блогеры, инфлюенсеры, журналисты.
6. Кризис классических теорий массовой коммуникации в цифровую эпоху.

Тема 3. Массовая коммуникация как категория социальной науки. ОПК-7.1

7. Массовая коммуникация как средство информирования и манипуляции.
8. Дисфункции СМИ как неизбежное явление или результат слабого регулирования.
9. Массовая коммуникация как форма речевой деятельности и пропаганды.

Тема 4. Возникновение массовой коммуникации в обществе. ОПК-7.1

10. Информационные революции как источник прогресса и социальных неравенств.
11. Массовая компьютеризация как фактор демократизации и контроля.
12. Глобализация СМИ как процесс унификации и сохранения культурного разнообразия.

Тема 5. Массовая коммуникация как социальная подсистема. ОПК-7.1

13. СМИ как социальный институт, обслуживающий общество и элиты.
14. Информационная потребность как социально формируемая и медийно навязываемая.
15. Медиа-образ как отражение и конструирование реальности.

Тема 6. Средства массовой коммуникации и власть. ОПК-7.1

16. СМИ как «четвёртая власть» в обществе.
17. Государственный контроль над СМИ как гарантия стабильности и угроза свободе слова.
18. Региональные СМИ как зависимые и независимые от местных властей.

Тема 7. Средства массовой коммуникации как вид бизнеса. ОПК-7.1

19. Медиа-бизнес как общественная миссия и коммерческая услуга.
20. Финансовая зависимость СМИ как фактор качества информации.
21. Частная собственность на СМИ как форма свободы и концентрации власти.

Тема 8. Политическая коммуникация как вид массовой коммуникации. ОПК-7.1

22. Политическая реклама как средство информирования и манипуляции избирателей.
23. Имидж политика как продукт СМИ и личной стратегии.
24. Паблицити как пересечение PR и журналистики.

Тестовые задания

Тема 8: Политическая коммуникация как вид массовой коммуникации. ОПК-7.1

1. Объект изучения социологии массовой коммуникации:
  - 1) социологические теории, объясняющие происхождение и функции МК;
  - 2) массовая коммуникация как система;
  - 3) мировое пространство, в котором функционируют массовые коммуникации;
  - 4) система средств массовой информации.
2. Социология массовой коммуникации - это:
  - 1) специальная социологическая теория;
  - 2) совокупность методов исследования массовой коммуникации;
  - 3) раздел теории коммуникации;
  - 4) медиа-исследования.

3. Установите соответствие между подходом к изучению массовой коммуникации и представлением о массовой коммуникации в его рамках:

Методологический подход	Массовая коммуникация
1. медиацентристский	а) замкнутая система, функционирующая по собственным законам;
2. социоцентристский	б) зависит от аудитории, потребности которой выражает;
3. эоантропоцентрический	в) зависит от человека, потребности которого выражает.

4. Кому из теоретиков социологии массовой коммуникации принадлежит идея: «само средство коммуникации и есть сообщение»?

- 1) А. Моллю;

- 2) М.Маклуэну;
- 3) М.Веберу;
- 4) Г.Лассуэллу.

5. Установите соответствие между проблематикой исследования массовой коммуникации и временем ее появления:

Проблематика исследования	Время появления
1. «Масс-медиа и общественное мнение», «Масс-медиа и политический процесс»	а) 20-30-е гг. 20 в.
2. «Масс-медиа и культура», «Масс-медиа и информационное общество»	б) 40-50-е гг.
3. «Масс-медиа и личность», «Масс-медиа и управление»	в) 60-70-е гг.
4. «Масс-медиа и социальный контроль», «Масс-медиа и коммуникативные технологии».	г) 80-90-е гг.

5.3 Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать обучающийся	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,1	10
КТ 2	100	0,2	20
КТ 3	100	0,3	30
Итого:	х	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

**КТ – 1.**

**Тема 1-4**

Темы для дискуссии:

1. Эволюция научных подходов к изучению массовой коммуникации: от эмпирики к критической теории.

2. Междисциплинарность в анализе массовой коммуникации: социология, психология, культурология.
3. Методологические трудности изучения массовой коммуникации в цифровую эпоху.
4. Массовая коммуникация как объект идеологической критики: от Адорно до Чомски.
5. Массовая коммуникация в контексте глобализации: транснациональные потоки и культурная гибридизация.
6. Цифровая массовая коммуникация как вызов классическим теориям: мемы, стримы, нейросети.
7. Американская и европейская школы социологии массовых коммуникаций: сравнительный анализ.
8. Роль технологических революций в трансформации социологического анализа медиа.
9. Развитие теории публичной сферы и её критика в условиях цифровизации.
10. Социология медиа в пространстве СНГ: от идеологии к рыночной логике.
11. Медиа как объект социологического прогнозирования: тренды, риски, сценарии.
12. Массовая коммуникация как социальный институт: структура, функции, динамика.
13. Коммуникация и социальная реальность: как медиа конструируют общественное восприятие.
14. Массовая коммуникация в системе категорий современной социальной теории.
15. Медиа как посредник между индивидуальным и коллективным сознанием.
16. Массовая коммуникация и социальные нормы: от табу к трендам.
17. Массовая коммуникация и социальная мобильность: возможности и ограничения.
18. Исторические предпосылки появления массовой коммуникации: от книгопечатания до телеграфа.
19. Индустриализация и урбанизация как факторы формирования массовой аудитории.
20. Переход от элитарной к массовой культуре: роль медиа в XIX-XX вв.
21. Формирование первых медийных профессий: журналист, редактор, диктор.
22. Массовая коммуникация и образование: от энциклопедий к телешколам.
23. Появление массовой коммуникации как ответ на потребности модернизирующегося общества.
24. Массовая коммуникация и трансформация общественного времени: от периодики к мгновенным сообщениям

#### Критерии оценивания дискуссии:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и аргументация	0-20	Глубина раскрытия темы, наличие фактов, примеров и доказательств, убедительность аргументов
Грамотность речи	0-20	Соблюдение норм грамматики, орфоэпии и лексики, ясность и точность формулировок
Стилистика и культура общения	0-20	Уместный стиль речи, корректность и уважительность по отношению к оппонентам, использование терминов
Логика и последовательность	0-20	Чёткая структура высказываний, логические связи между аргументами, согласованность выводов
Оригинальность и инициативность	0-20	Нестандартные идеи, собственная позиция, умение предлагать новые направления обсуждения
Итого максимально:	100	

**КТ – 2.**

**Тема 5-7**

## Опрос

Вопросы для устного опроса:

1. Какие функции массовой коммуникации вы считаете ключевыми в современном обществе (информирование, социализация, контроль, развлечение)?
2. Насколько медиа влияют на формирование социальных норм и ценностей?
3. Какие сферы жизни наиболее тесно связаны с массовой коммуникацией (образование, политика, культура, экономика)?
4. Как вы оцениваете взаимодействие медиа с другими социальными институтами (школа, семья, государство)?
5. Считаете ли вы, что медиа способны выполнять функцию социальной интеграции?
6. Какие риски вы видите в чрезмерной медиа-зависимости общества?
7. Насколько СМИ независимы от политического влияния?
8. Какие формы давления на медиа вы считаете наиболее распространёнными (цензура, экономическое влияние, административные ограничения)?
9. Как вы оцениваете роль журналистов в контроле за действиями власти?
10. Какие медиаформаты наиболее эффективно раскрывают политические процессы (новости, расследования, блоги, соцсети)?
11. Считаете ли вы, что медиа могут быть инструментом политической манипуляции?
12. Какие признаки указывают на политическую ангажированность СМИ?
13. Как вы относитесь к государственному финансированию медиа: угроза независимости или гарантия стабильности?
14. Насколько важно наличие альтернативных источников информации в условиях политической конкуренции?
15. Какие события, по вашему мнению, показали силу или слабость медиа в противостоянии власти?
16. Насколько коммерческие интересы влияют на содержание медиа?
17. Какие источники дохода для медиа вы считаете наиболее устойчивыми (реклама, подписка, донаты, гранты)?
18. Как вы оцениваете влияние рекламодателей на редакционную политику?
19. Какие форматы монетизации медиа вызывают у вас доверие, а какие - настороженность?
20. Считаете ли вы, что медиабизнес способен совмещать прибыльность и общественную миссию?
21. Какие риски возникают при превращении медиа в бизнес-платформу?
22. Как вы относитесь к платному доступу к новостному контенту?
23. Какие медиа успешно балансируют между коммерцией и качеством?
24. Насколько важна прозрачность финансовой модели медиа для доверия аудитории?
25. Какие бизнес-инструменты (аналитика, CRM, таргетинг) вы считаете ключевыми для успешной работы медиа?

Критерии оценивания опроса:

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
65-84	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
55-64	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0-54	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

### **КТ – 3.**

#### **Тема 8.**

Контрольные задания:

#### Контрольный тест

1. Что из перечисленного относится к признакам политической коммуникации?
  - а) Продажа товаров
  - б) Формирование общественного мнения
  - в) Развлечение аудитории
  - г) Образовательная функция
  
2. Какой канал наиболее активно используется в современной политической коммуникации?
  - а) Печатные СМИ
  - б) Радио
  - в) Социальные сети
  - г) Телевидение
  
3. Что из нижеперечисленного может считаться манипулятивной техникой?
  - а) Прямая цитата
  - б) Эмоциональный призыв
  - в) Список источников
  - г) Таблица статистики
  
4. Какой элемент чаще всего используется для визуального усиления политического сообщения?
  - а) Юридический текст
  - б) Логотип партии
  - в) Список кандидатов
  - г) Сценарий дебатов
  
5. Что из перечисленного относится к формату политической коммуникации?
  - а) Мастер-класс
  - б) Теледебаты
  - в) Музыкальный концерт
  - г) Кулинарное шоу

#### Задания на анализ и аргументацию

##### 1. Ситуационный анализ

На предвыборной пресс-конференции кандидат допустил спорное высказывание, вызвавшее волну критики в соцсетях.

→ Опишите, какие риски возникли (репутационные, политические, медийные). Предложите антикризисный план: как реагировать в первые сутки, какие каналы использовать, как восстановить доверие.

##### 2. Анализ медиасообщения

Выберите одно политическое сообщение (видеоролик, пост, статья).

→ Проанализируйте:

цель и целевая аудитория  
риторические и визуальные средства  
предполагаемый эффект  
признаки манипуляции или агитации

### 3. Сравнительный анализ каналов

Сравните два канала политической коммуникации:

Telegram-канал  
телевизионное интервью  
→ Оцените:  
стиль подачи  
вовлечённость аудитории  
уровень доверия  
скорость распространения

### Задания на разработку

#### 1. Разработка чек-листа рисков политической коммуникации

Задание:

Составьте чек-лист потенциальных рисков при реализации политической коммуникационной кампании.

Разделите риски на категории:

организационные  
репутационные  
юридические  
Технические

Для каждого риска укажите:

краткое описание  
вероятность возникновения  
возможные последствия  
меры профилактики и реагирования

#### 2. Создание анкеты для оценки политического сообщения

Задание:

Разработайте анкету для оценки восприятия политического медиасообщения (видеоролика, поста, статьи).

Анкета должна включать:

минимум 5 закрытых вопросов (с вариантами ответов или шкалой от 1 до 5)

минимум 2 открытых вопроса

блок «Общее впечатление» и «Предложения по улучшению» Укажите, как будут обрабатываться и визуализироваться данные (таблицы, диаграммы, сводные отчёты).

#### 3. Проект медиастратегии для политической кампании

Задание:

Разработайте медиастратегию для условного кандидата на региональных выборах.

Структура должна включать:

цели и задачи коммуникации  
целевые аудитории  
ключевые сообщения  
каналы распространения (ТВ, соцсети, прямые встречи и др.)  
календарный план публикаций

критерии оценки эффективности (KPI)

#### 4. Структура итогового отчёта по политической кампании

Задание:

Составьте структуру итогового отчёта о реализации политической коммуникационной кампании.

Включите следующие разделы:

цели и задачи кампании

использованные каналы и форматы

количественные и качественные показатели эффективности

выявленные риски и способы их минимизации

выводы и рекомендации для будущих кампаний

Обоснуйте, почему каждый раздел важен для анализа и принятия решений.

#### 5. Разработка модели оценки качества политической коммуникации

Задание:

Создайте модель оценки качества политической коммуникации по 5 критериям:

точность и ясность сообщений

соответствие целям кампании

вовлечённость целевой аудитории

визуальная и техническая реализация

обратная связь и реакция аудитории

Для каждого критерия предложите шкалу оценки и методы сбора данных (опрос, аналитика, наблюдение).

Критерии оценивания контрольных заданий:

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
65-84	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
55-64	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-54	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для выполнения проверочных заданий допускается использование ноутбука или планшета без доступа в Интернет.

### **6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине**

6.1. Промежуточная аттестация (зачет) проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам билета и выполнение практического задания. Необходимо дать развернутый ответ в устной форме, завершив его логическими выводами.

#### 6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной

аттестации:

## **Тема 1. Массовая коммуникация как объект научного анализа. ОПК-2.2**

### Раздел I. Вопросы открытого типа

Дать письменный развернутый ответ на поставленные вопросы.

1. Определение и главные признаки, характеризующие феномен массовой коммуникации?
2. Почему массовая коммуникация стала предметом междисциплинарных исследований?
3. Каким образом массовая коммуникация может способствовать формированию общенациональной идентичности и культурных символов?
4. В чем специфика современных тенденций в массовой коммуникации, вызванных глобализацией и цифровой эпохой?
5. Почему понимание массовой коммуникации важно для выработки эффективных политических решений и построения успешной публичной политики?

### Раздел II. Тестовые задания комбинированного типа

Выполнить две части заданий: Часть А (выбор правильного варианта ответа) и Часть В (дополнение текста своими словами).

#### Часть А. Выбор правильного варианта ответа

К главным признакам массовой коммуникации относится:

- а) высокая степень индивидуализации сообщений
- б) отсутствие прямой обратной связи
- в) использование специализированных технических средств
- г) непосредственный личный контакт коммуникаторов

Научному исследованию массовой коммуникации способствуют:

- а) психология и философия
- б) экономика и право
- в) социология и политология
- г) все вышеперечисленные науки

Межличностная коммуникация отличается от массовой тем, что:

- а) предполагает большую эмоциональную вовлеченность сторон
- б) требует специальных технологий для передачи информации
- в) обладает меньшей степенью стандартизованности сообщений
- г) верны пункты а и в

Среди научных подходов к изучению массовой коммуникации выделяют:

- а) функциональный и критический подходы
- б) психологический и экономический подходы
- в) исторический и философский подходы
- г) технический и эстетический подходы

Массовая коммуникация оказывает влияние на общественные нормы посредством:

- а) прямого контроля поведения индивидов

- б) формирования стереотипов восприятия действительности
- в) законодательного закрепления культурных стандартов
- г) организации общественных дискуссий

Часть В. Дополнить текст собственными словами

Массовая коммуникация представляет собой особый тип взаимодействия, осуществляемый с использованием специализированной техники, охватывающий \_\_\_\_\_ населения.

Для исследования массовой коммуникации ученые используют методы \_\_\_\_\_ и социологических методов, позволяющие анализировать содержание сообщений и реакцию аудитории.

Ключевым отличием массовой коммуникации от межличностной является наличие \_\_\_\_\_, обеспечивающей передачу информации большому количеству людей. \_\_\_\_\_ подход рассматривает массовую коммуникацию преимущественно как средство удовлетворения определенных потребностей общества.

Критический подход исследует массовую коммуникацию с точки зрения выявления скрытых механизмов \_\_\_\_\_ и манипуляции сознанием масс.

Ключи правильных ответов

Часть А

№	Правильный ответ
1	в
2	г
3	г
4	а
5	б

Часть В

широкие слои  
контент-анализа  
технической инфраструктуры  
функциональный  
доминирования

Раздел III. Задания закрытого типа

Выберите единственно верный ответ на каждый вопрос.

Какой признак отличает массовую коммуникацию от межличностной?

- а) Высокая скорость реакции собеседников друг на друга
- б) Использование технических средств трансляции
- в) Эмоциональная близость участников
- г) Прямой физический контакт участников

Какой научный подход подчеркивает позитивную роль массовой коммуникации в удовлетворении базовых нужд общества?

- а) Функциональный подход
- б) Критический подход
- в) Психологический подход
- г) Экономический подход

Кто первым предложил рассматривать массовую коммуникацию как самостоятельный предмет научного исследования?

- а) Карл Маркс
- б) Макс Вебер
- в) Гарольд Лассуэлл
- г) Эмиль Дюркгейм

Как называется наука, занимающаяся изучением процессов массовой коммуникации?

- а) Социология
- б) Коммуникативистика
- в) Философия
- г) Экономика

Основная функция массовой коммуникации состоит в:

- а) формировании общественного мнения
- б) организации досуга
- в) продаже товаров и услуг
- г) проведении развлекательных шоу

Ключи правильных ответов

№	Правильный ответ
1	б
2	а
3	в
4	б
5	а

## **Тема 2. Основные этапы развития социологии массовых коммуникаций как науки. ОПК-2.2**

### Раздел I. Вопросы открытого типа

Дать письменный развернутый ответ на поставленные вопросы.

Основные исторические периоды развития социологии массовых коммуникаций?

Как менялись взгляды ученых на сущность массовой коммуникации на каждом этапе развития науки?

Какие ключевые фигуры внесли наибольший вклад в становление социологии массовых коммуникаций?

Как современные цифровые технологии повлияли на развитие социологического анализа массовой коммуникации?

Какие перспективы дальнейшего развития имеет данная область науки?

### Раздел II. Тестовые задания комбинированного типа

Выполнить две части заданий: Часть А (выбор правильного варианта ответа) и Часть В (дополнение текста своими словами).

Часть А. Выбор правильного варианта ответа

Первым этапом развития социологии массовых коммуникаций принято считать:

- а) начало XX века

- б) середину XIX века
- в) вторую половину XX века
- г) XVIII век

Классический этап развития социологии массовых коммуникаций характеризуется работами:

- а) Лассуэлла, Мертона, Парсонса
- б) Фрейда и Юнга
- в) Маркса и Энгельса
- г) Вебера и Дюркгейма

Современный этап развития социологии массовых коммуникаций отмечается:

- а) преобладанием качественного анализа
- б) активным использованием цифровых инструментов и big data
- в) отказом от классических теорий
- г) возвратом к историческому подходу

Функциональный подход в анализе массовой коммуникации разработан:

- а) Франкфуртской школой
- б) Чикагской школой
- в) Кембриджской школой
- г) Московским университетом

Критический подход в исследованиях массовой коммуникации получил распространение благодаря работам представителей:

- а) Франкфуртской школы
- б) Чикагской школы
- в) Оксфордской школы
- г) Петербургской школы

Часть В. Дополнить текст собственными словами

Современный этап развития социологии массовых коммуникаций обозначился возникновением нового подхода, связанного с использованием анализа \_\_\_\_\_ и цифровых технологий.

Классический этап развития социологии массовых коммуникаций ознаменован появлением фундаментальных трудов таких авторов, как \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, Парсонс.

Современные исследования фокусируются на особенностях цифрового пространства, которые привели к возникновению термина \_\_\_\_\_, где границы традиционной массовой коммуникации размываются.

Функциональный подход в изучении массовой коммуникации выделяет её ключевую роль в поддержании \_\_\_\_\_ и стабильности общества.

Критический подход в социологическом анализе массовой коммуникации направлен на выявление механизмов \_\_\_\_\_ и манипуляций сознанием масс.

Ключи правильных ответов

Часть А

№	Правильный ответ
1	а
2	а
3	б
4	б

## Часть В

больших данных (big data)

Лассуэлл, Мертон

«постмассмедийный мир»

социального порядка

идеологического доминирования

## Раздел III. Задания закрытого типа

Выберите единственно верный ответ на каждый вопрос.

Когда началось зарождение социологии массовых коммуникаций как отдельной области науки?

- а) Нач. XX века
- б) Вт. пол. XIX века
- в) П. п. XIX века
- г) XVIII век

Какой ученый впервые разработал модель линейной коммуникации («кто говорит, что, кому, по какому каналу и с каким эффектом»)?

- а) Талкотт Парсонс
- б) Роберт Мертон
- в) Гарольд Лассуэлл
- г) Юрген Хабермас

Какой подход в социологии массовых коммуникаций утверждает, что СМИ служат интересам правящих классов и поддерживают существующее положение вещей?

- а) Функциональный подход
- б) Критический подход
- в) Структурный подход
- г) Постмодернистский подход

Какой этап развития социологии массовых коммуникаций характеризуется активным использованием цифровых технологий и big data?

- а) Начальный этап
- б) Классический этап
- в) Современный этап
- г) Переходный этап

Какой метод исследования стал наиболее популярным на современном этапе развития социологии массовых коммуникаций?

- а) Контент-анализ
- б) Качественное интервью
- в) Анализ больших данных (big data analysis)
- г) Наблюдение

## Ключи правильных ответов

№	Правильный ответ
1	а
2	в

3	б
4	в
5	в

### Тема 3. Массовая коммуникация как категория социальной науки. ОПК-7.1

#### Раздел I. Вопросы открытого типа

Дать письменный развёрнутый ответ на поставленные вопросы.

Понятие «массовая коммуникация» как категории социальной науки?

Основные признаки массовой коммуникации, рассматриваемые в социальной науке?

Как массовая коммуникация связана с основными элементами социальной структуры общества?

Какую роль играет массовая коммуникация в процессах социализации и идентификации личности?

Влияние массовой коммуникации на динамику социальных изменений?

#### Раздел II. Тестовые задания комбинированного типа

Выполнить две части заданий: Часть А (выбор правильного варианта ответа) и Часть В (дополнение текста своими словами).

##### Часть А. Выбор правильного варианта ответа

Категория «массовая коммуникация» в социальной науке означает:

- а) совокупность индивидуальных взаимодействий
- б) обмен информацией между малыми группами
- в) широкое распространение информации через специализированные каналы
- г) личное общение между двумя участниками

Ключевой особенностью массовой коммуникации является:

- а) двусторонняя прямая связь
- б) анонимность коммуникаторов и неопределённость аудитории
- в) индивидуальный подход к каждому потребителю информации
- г) обязательное присутствие всех участников коммуникации

Массовая коммуникация способствует формированию:

- а) индивидуальной изоляции
- б) общего культурного поля и единой информационной среды
- в) фрагментарного мировоззрения
- г) локальной замкнутости сообществ

Социальная наука рассматривает массовую коммуникацию как важный элемент:

- а) экономических рынков
- б) экологических систем
- в) социальных институтов и структур
- г) технологических разработок

Через массовую коммуникацию чаще всего распространяется:

- а) узкий круг профессиональных сведений
- б) повседневная бытовая информация

- в) общественно-значимая информация широкого спектра
- г) конфиденциальная персональная информация

Часть В. Дополнить текст собственными словами

Главной задачей изучения массовой коммуникации в социальной науке является выявление и \_\_\_\_\_ средств массовой информации на общество.

Среди признаков массовой коммуникации можно выделить: анонимность коммуникатора, \_\_\_\_\_ и широкое распространение информации.

Процесс массовой коммуникации осуществляется преимущественно через \_\_\_\_\_ каналы и средства (телевидение, газеты, интернет-сайты и др.).

Одна из ключевых функций массовой коммуникации - это формирование и поддержание общественного мнения и \_\_\_\_\_ норм.

Значительное влияние массовой коммуникации проявляется в способности создавать и поддерживать \_\_\_\_\_ и шаблоны поведения в обществе.

Ключи правильных ответов

Часть А

№	Правильный ответ
1	в
2	б
3	б
4	в
5	в

Часть В

анализ воздействия  
 стандартизацию сообщений  
 специализированные  
 культурных  
 стереотипы

Раздел III. Задания закрытого типа

Выберите единственно верный ответ на каждый вопрос.

Какую категорию массовой коммуникации изучают в первую очередь представители социальной науки?

- а) Технические устройства передачи информации
- б) Индивидуальное восприятие информации каждым человеком
- в) Социальные последствия и эффекты массовой коммуникации
- г) Эстетические формы подачи информации

Какой признак массовой коммуникации выделяется социальной наукой как ключевой?

- а) Одновременное участие всех членов общества в процессе коммуникации
- б) Однонаправленность и асимметричность коммуникации
- в) Высокий уровень личной ответственности коммуникатора
- г) Непосредственность контакта между источником и аудиторией

Как массовая коммуникация влияет на социальную структуру общества?

- а) Усиливает различия между социальными слоями

- б) Способствует унификации культуры и снижению барьеров между социальными стратами
- в) Создаёт дополнительные препятствия для взаимопонимания
- г) Не оказывает никакого влияния на социальную структуру

Какой социальный эффект массовой коммуникации отмечают большинство исследователей?

- а) Рост социальной мобильности
- б) Повышение образовательного уровня населения
- в) Формирование однородного общественного мнения и культурных ориентиров
- г) Увеличение числа конфликтов в обществе

Согласно социальной науке, массовая коммуникация служит важным инструментом:

- а) управления природными ресурсами
- б) технологического прогресса
- в) культурной интеграции и социальной солидарности
- г) личного обогащения отдельных лиц

Ключи правильных ответов

№	Правильный ответ
1	в
2	б
3	б
4	в
5	в

#### Тема 4. Возникновение массовой коммуникации в обществе. ОПК-7.1

##### Раздел I. Вопросы открытого типа

Дать письменный развёрнутый ответ на поставленные вопросы.

Предпосылки возникновения массовой коммуникации в истории человеческого общества?

Как появление книгопечатания повлияло на развитие массовой коммуникации?

Какое значение имело изобретение телеграфа и телефона для расширения масштабов массовой коммуникации?

Как телевидение стало ключевым элементом массовой коммуникации в XX веке?

Как Интернет изменил традиционные формы массовой коммуникации?

##### Раздел II. Тестовые задания комбинированного типа

Выполнить две части заданий: Часть А (выбор правильного варианта ответа) и Часть В (дополнение текста своими словами).

##### Часть А. Выбор правильного варианта ответа

Первоначальная форма массовой коммуникации возникла вследствие:

- а) появления первых газет и журналов
- б) изобретения кинематографа
- в) введения обязательного образования
- г) развития устных традиций рассказывания историй

Появление книгопечатания позволило:

- а) значительно увеличить тиражи публикаций
- б) сократить продолжительность рабочего дня
- в) повысить производительность сельского хозяйства
- г) снизить стоимость продуктов питания

Телеграф сыграл решающую роль в развитии массовой коммуникации, потому что обеспечивал:

- а) мгновенную доставку информации на большие расстояния
- б) создание художественных произведений
- в) улучшение бытовых условий жизни горожан
- г) увеличение продолжительности жизни

Радио стало революционным средством массовой коммуникации, так как позволяло передавать информацию:

- а) визуально
- б) мгновенно и дистанционно
- в) исключительно в письменной форме
- г) только в пределах города

Интернет кардинально изменил традиционную массовую коммуникацию, позволив пользователям:

- а) пассивно воспринимать информацию
- б) стать активными создателями и распространителями информации
- в) отказаться от чтения книг
- г) избегать живого общения

Часть В. Дополнить текст собственными словами

Предпосылками возникновения массовой коммуникации послужило развитие \_\_\_\_\_ и рост численности городского населения.

Изобретение книгопечатания Иоганном Гутенбергом в середине XV века привело к появлению первого эффективного способа \_\_\_\_\_ и быстрого распространения информации.

\_\_\_\_\_ позволил преодолеть пространственно-временные ограничения и сделал возможным практически мгновенное распространение новостей.

Радиовещание сделало массовую коммуникацию доступной даже людям, не умеющим читать, и превратилось в мощный инструмент \_\_\_\_\_.

Интернет предоставил уникальную возможность каждому участнику выступать не только потребителем, но и производителем информации и \_\_\_\_\_.

Ключи правильных ответов

Часть А

№	Правильный ответ
1	а
2	а
3	а
4	б
5	б

Часть В

торговли и ремесел  
тиражирования  
телеграф  
пропаганды и агитации  
контента

### Раздел III. Задания закрытого типа

Выберите единственно верный ответ на каждый вопрос.

Первое эффективное техническое устройство, сыгравшее значительную роль в возникновении массовой коммуникации:

- а) Телефон
- б) Телеграф
- в) Типографская машина
- г) Фотокамера

Какое событие сыграло ключевую роль в расширении доступности массовой коммуникации в Европе XVI-XVII веков?

- а) Реформация и религиозные войны
- б) Эпидемии чумы
- в) Открытие Америки Колумбом
- г) Распространение книгопечатания и дешёвых изданий Библии

Массовая коммуникация претерпела кардинальные изменения с наступлением эры цифровых технологий, которые позволили:

- а) ограничить доступ аудитории к информации,
- б) расширить интерактивность и горизонтальное взаимодействие пользователей,
- в) уменьшить объем передаваемой информации,
- г) централизовать контроль над содержанием информации.

Какое средство массовой коммуникации появилось последним хронологически?

- а) Газеты и журналы
- б) Радио
- в) Телевидение
- г) Интернет

Основным преимуществом Интернета по сравнению с предыдущими формами массовой коммуникации является:

- а) Возможность одностороннего вещания
- б) Интерактивность и двунаправленная коммуникация
- в) Ограниченная доступность
- г) Полная зависимость от государственных органов

Ключи правильных ответов

№	Правильный ответ
1	в
2	г
3	б
4	г
5	б

## Тема 5. Массовая коммуникация как социальная подсистема. ОПК-7.1

### Раздел I. Вопросы открытого типа

Дать письменный развернутый ответ на поставленные вопросы.

Какие компоненты составляют современную систему массовой коммуникации и как они взаимодействуют между собой?

Как массовая коммуникация интегрируется с другими социальными подсистемами (экономической, политической, духовной)?

Какую роль играют СМИ в функционировании гражданского общества?

Как массовая коммуникация формирует и поддерживает социальные нормы и ценности?

Каким образом массовая коммуникация участвует в процессах социальной мобилизации и консолидации общества?

### Раздел II. Тестовые задания комбинированного типа

Выполнить две части заданий: Часть А (выбор правильного варианта ответа) и Часть В (дополнение текста своими словами).

#### Часть А. Выбор правильного варианта ответа

Массовая коммуникация функционирует как отдельная социальная подсистема, потому что:

- а) существует независимо от остальных частей общества
- б) тесно переплетена с другими социальными подсистемами и влияет на их функционирование
- в) зависит исключительно от государства
- г) обслуживает только сферу развлечений

Связь массовой коммуникации с экономической системой проявляется в:

- а) производстве материальных благ
- б) рекламе и продвижении товаров и услуг
- в) регулировании трудовых отношений
- г) управлении финансовыми рынками

Роль массовой коммуникации в политической системе выражается в:

- а) создании моды и стиля
- б) формировании общественного мнения и информировании избирателей
- в) организации производства
- г) распределении ресурсов

Массовая коммуникация влияет на духовную жизнь общества путём:

- а) распространения религиозных учений
- б) установления официальных праздников
- в) формирования культурных образцов и эталонов поведения
- г) разработки образовательных программ

Гражданское общество нуждается в массовой коммуникации для:

- а) защиты частной собственности
- б) реализации права на свободу выражения мнений и получение информации

- в) строительства дорог и мостов
- г) организации спортивных соревнований

Часть В. Дополнить текст собственными словами

Массовая коммуникация действует как особая социальная подсистема, выполняющая важные функции \_\_\_\_\_ и координации общественной жизни.

Связь массовой коммуникации с экономической сферой проявляется в широком применении \_\_\_\_\_ и маркетинговых коммуникаций.

Политическая система использует массовую коммуникацию для осуществления политического управления и \_\_\_\_\_ власти.

В духовной жизни общества массовая коммуникация формирует \_\_\_\_\_ образцы и стандарты поведения.

Без развитых средств массовой коммуникации современное \_\_\_\_\_ общество существовать не может.

Ключи правильных ответов

Часть А

№	Правильный ответ
1	б
2	б
3	б
4	в
5	б

Часть В

информирования  
рекламы  
легитимизации  
культурные  
гражданское

Раздел III. Задания закрытого типа

Выберите единственно верный ответ на каждый вопрос.

Какая характеристика наиболее полно отражает роль массовой коммуникации как социальной подсистемы?

- а) Она обеспечивает производство материальных благ
- б) Она регулирует семейные отношения
- в) Она осуществляет сбор налогов
- г) Она обеспечивает циркуляцию информации и идей в обществе

Как массовая коммуникация влияет на политическую систему?

- а) Формирует общественное мнение и влияет на выборы
- б) Производит материальные товары
- в) Организует транспортную инфраструктуру
- г) Регулирует финансовые потоки

Как массовая коммуникация связана с экономической системой?

- а) Осуществляет управление предприятиями
- б) Проводит рекламные кампании и продвигает продукты

- в) Распределяет государственные субсидии
- г) Устанавливает налоговые ставки

Как массовая коммуникация воздействует на духовную сферу общества?

- а) Строит культовые сооружения
- б) Управляет образовательными учреждениями
- в) Формирует культурные коды и символические значения
- г) Ведёт статистику рождаемости и смертности

Как массовая коммуникация помогает развитию гражданского общества?

- а) Предоставляя гражданам свободный доступ к разнообразной информации
- б) Занимаясь производством потребительских товаров
- в) Организуя работу коммунальных служб
- г) Участвуя в строительстве жилья

Ключи правильных ответов

№	Правильный ответ
1	г
2	а
3	б
4	в
5	а

## Тема 6. Средства массовой коммуникации и власть. ОПК-7.1

### Раздел I. Вопросы открытого типа

Дать письменный развернутый ответ на поставленные вопросы.

Как соотносятся понятия «средства массовой коммуникации» и «власть»?

Каким образом государство контролирует и регулирует деятельность СМИ?

Как СМИ формируют политический «климат» в обществе?

Каким образом СМИ становятся инструментами политической борьбы и конкуренции?

Каково соотношение свободы прессы и государственного контроля в демократических странах?

### Раздел II. Тестовые задания комбинированного типа

Выполнить две части заданий: Часть А (выбор правильного варианта ответа) и Часть В (дополнение текста своими словами).

#### Часть А. Выбор правильного варианта ответа

Государство регулирует деятельность СМИ путем:

- а) полного запрета частных СМИ
- б) лицензирования и правового регулирования
- в) предоставления полной свободы без каких-либо ограничений
- г) назначения руководителей СМИ государственными чиновниками

Понятие «четвертая власть» применительно к СМИ подразумевает:

- а) контроль над вооружёнными силами
- б) способность влиять на общественное мнение и контролировать власть

- в) прямое назначение чиновников
- г) владение земельными ресурсами

Авторитарные режимы обычно характеризуются отношением к СМИ:

- а) свободой печати и отсутствием цензуры
- б) жёстким контролем и цензурой
- в) поддержкой независимой журналистики
- г) поощрением критики властей

Демократические государства обеспечивают баланс между государственным контролем и свободой СМИ через:

- а) полное устранение любого вмешательства государства
- б) введение тотальной цензуры
- в) законодательство, защищающее свободу слова и устанавливающее рамки ответственности
- г) запрет оппозиционных взглядов

Политические партии часто используют СМИ для:

- а) продажи товаров народного потребления
- б) продвижения своей программы и привлечения сторонников
- в) финансирования предвыборных кампаний
- г) организации концертов и фестивалей

Часть В. Дополнить текст собственными словами

Термином «четвёртая власть» называют СМИ, подчеркивая их особую роль в \_\_\_\_\_ и контроле над деятельностью правительства.

Государство регулирует деятельность СМИ с целью предотвращения злоупотреблений и соблюдения \_\_\_\_\_ и морали.

Авторитарные режимы склонны применять \_\_\_\_\_ в отношении СМИ, ограничивая свободу слова.

В условиях демократии свобода СМИ ограничивается рамками закона и \_\_\_\_\_, запрещающими клевету, призывы к насилию и экстремизму.

Политические партии используют СМИ как эффективный инструмент \_\_\_\_\_ и пропаганды и завоевания поддержки электората.

Ключи правильных ответов

Часть А

№	Правильный ответ
1	б
2	б
3	б
4	в
5	б

Часть В

- мониторинге
- законности
- цензуру
- этики
- агитации

### Раздел III. Задания закрытого типа

Выберите единственно верный ответ на каждый вопрос.

Какое понятие применяется для обозначения особой роли СМИ в демократическом обществе?

- а) Четвёртая власть
- б) Третья сторона
- в) Второстепенный участник
- г) Вспомогательная структура

Каким способом государство обычно регулирует деятельность СМИ?

- а) Только экономическим давлением
- б) Законодательством и лицензированием
- в) Исключительно моральными нормами
- г) Физическим устранением несогласных журналистов

Как авторитарные режимы обычно относятся к свободе СМИ?

- а) Поддерживают полную независимость СМИ
- б) Применяют жесткий контроль и цензуру
- в) Совершенно игнорируют СМИ
- г) Преимущественно предоставляют финансовую поддержку частным СМИ

Каким образом СМИ влияют на политическую борьбу?

- а) Выступают арбитром в спорах политиков
- б) Являются площадкой для распространения партийных программ и позиций кандидатов
- в) Занимаются исключительно развлечением публики
- г) Отказываются комментировать политические события

Как обеспечивается баланс между свободой СМИ и государственным контролем в демократиях?

- а) Путём полного устранения любых законов
- б) За счёт принятия чётких нормативных актов и судебной практики
- в) Запретом на критику власти
- г) Установлением высоких штрафов за любые публикации

Ключи правильных ответов

№	Правильный ответ
1	а
2	б
3	б
4	б
5	б

### Тема 7. Средства массовой коммуникации как вид бизнеса. ОПК-7.1

#### Раздел I. Вопросы открытого типа

Дать письменный развёрнутый ответ на поставленные вопросы.

Какие виды экономических моделей существуют в бизнесе СМИ?

Какие факторы определяют конкурентоспособность и успех предприятий СМИ на рынке?  
Как изменилась бизнес-модель СМИ с развитием цифровых технологий и интернета?  
Какие экономические риски характерны для бизнеса СМИ и как с ними справляются компании?  
Как средства массовой коммуникации совмещают коммерческие интересы с выполнением социальных функций?

## Раздел II. Тестовые задания комбинированного типа

Выполнить две части заданий: Часть А (выбор правильного варианта ответа) и Часть В (дополнение текста своими словами).

### Часть А. Выбор правильного варианта ответа

Наиболее распространённой моделью экономики СМИ является:

- а) государственная поддержка
- б) рекламная модель
- в) подписка читателей
- г) благотворительные пожертвования

Конкуренция между СМИ стимулирует:

- а) монополизацию отрасли
- б) повышение качества материалов и разнообразие точек зрения
- в) сокращение количества выпускаемых материалов
- г) ограничение свободы слова

Реклама в СМИ приносит прибыль владельцам, однако иногда негативно сказывается на содержании, приводя к:

- а) повышению объективности освещения событий
- б) ориентации на интересы рекламодателя, а не читателя
- в) увеличению объёма публикуемых статей
- г) сокращению расходов на зарплаты сотрудников редакции

Подписочная модель финансирования СМИ эффективна тогда, когда:

- а) читатели готовы регулярно платить за качественный эксклюзивный контент
- б) отсутствует конкуренция
- в) государство полностью оплачивает расходы издания
- г) реклама запрещена законом

Проблема зависимости СМИ от крупных коммерческих спонсоров решается через:

- а) государственную национализацию всей сферы СМИ
- б) прозрачную политику раскрытия финансовой информации и диверсификацию источников дохода
- в) запрет коммерческой рекламы
- г) ликвидацию частного предпринимательства в секторе СМИ

### Часть В. Дополнить текст собственными словами

Деятельность СМИ как бизнеса регулируется рядом принципов, среди которых важными являются соблюдение закона и профессиональной этики, защита \_\_\_\_\_ прав и интеллектуальных активов.

\_\_\_\_\_ между изданиями заставляет их повышать качество и разнообразие материалов и предлагать уникальный продукт.

Доходы СМИ зависят от трех основных \_\_\_\_\_: реклама, продажи контента и субсидии и гранты.

Подписочная модель становится эффективной, когда читатели осознают ценность профессионального и эксклюзивного \_\_\_\_\_ и готовы оплачивать качественные материалы.

Независимость СМИ поддерживается прозрачной финансовой отчетностью и наличием \_\_\_\_\_ источников дохода.

Ключи правильных ответов

Часть А

№	Правильный ответ
1	б
2	б
3	б
4	а
5	б

Часть В

Авторских  
конкуренция  
источников  
контента  
альтернативных

Раздел III. Задания закрытого типа

Выберите единственно верный ответ на каждый вопрос.

Бизнес-модель «paywall» предусматривает:

- а) Бесплатный доступ ко всему контенту,
- б) Оплата за доступ к избранным материалам,
- в) Сбор денег через краудфандинг,
- г) Максимальное привлечение внешней рекламы.

Как конкуренция между СМИ влияет на рынок?

- а) Сокращает количество изданий
- б) Улучшает качество и разнообразие материалов
- в) Приводит к монополизации рынка
- г) Запрещает публикацию острых тем

Как реклама влияет на содержание СМИ?

- а) Всегда повышает объективность материалов
- б) Никогда не влияет на редакционную политику
- в) Может приводить к смещению акцента в интересах рекламодателя
- г) Полностью устраняет необходимость подписочной модели

Почему многие издания переходят на мультимедийные форматы?

- а) Чтобы привлечь молодёжную аудиторию,
- б) Потому что это дешевле традиционных форматов,
- в) Из-за снижения затрат на персонал,

г) Чтобы исключить конкурентов с рынка.

Проблему зависимости СМИ от крупного капитала решают через:

- а) Прозрачную финансовую политику и диверсификацию источников дохода
- б) Полный государственный контроль над всеми СМИ
- в) Запрет коммерческой рекламы
- г) Исключение частных инвесторов из сектора СМИ

Ключи правильных ответов

№	Правильный ответ
1	б
2	б
3	в
4	а
5	а

## Тема 8. Политическая коммуникация как вид массовой коммуникации. ОПК-7.1

### Раздел I. Вопросы открытого типа

Дать письменный развернутый ответ на поставленные вопросы.

Каковы основные цели и задачи политической коммуникации в современном обществе?

Какие каналы и средства политической коммуникации наиболее эффективны сегодня и почему?

Какие технологии и приемы используются в политической коммуникации для достижения целей пропагандистской деятельности?

Какие положительные и отрицательные последствия несет политическая коммуникация для общества и государства?

Какие правовые и этические ограничения накладываются на политическую коммуникацию в демократических обществах?

### Раздел II. Тестовые задания комбинированного типа

Выполнить две части заданий: Часть А (выбор правильного варианта ответа) и Часть В (дополнение текста своими словами).

#### Часть А. Выбор правильного варианта ответа

Политическая коммуникация отличается от обычной массовой коммуникации тем, что:

- а) ориентирована исключительно на развлечения
- б) направлена на продвижение политических идей и убеждений
- в) не использует СМИ
- г) носит сугубо частный характер

Ключевая цель политической коммуникации - это:

- а) продажа товаров и услуг
- б) организация досуга населения
- в) формирование и изменение общественного мнения относительно политических вопросов
- г) предоставление научно-технической информации

Эффективность избирательной кампании во многом определяется качеством:

- а) кулинарных рецептов кандидата
- б) спортивной подготовки кандидата
- в) политической коммуникации команды кандидата
- г) семейного положения кандидата

Манипуляции в политической коммуникации проявляются в:

- а) предоставлении точной статистики
- б) сознательной дезинформации и искажении фактов
- в) полном отсутствии комментариев
- г) отказе от участия в дебатах

Минимизировать риски манипуляций в политической коммуникации возможно через:

- а) запрет на проведение выборов
- б) обеспечение открытости и прозрачности информации, развитие медиаграмотности населения
- в) отмену свободного доступа к СМИ
- г) установление жесткой цензуры

Часть В. Дополнить текст собственными словами

Основными функциями политической коммуникации являются: формирование, поддержка и \_\_\_\_\_ общественных настроений, создание благоприятного имиджа политиков и политических партий.

Особенностью политической коммуникации является её ярко выраженная \_\_\_\_\_ направленность и стремление повлиять на принятие решений гражданами.

Важнейшие \_\_\_\_\_ политической коммуникации включают телевидение, радио, печать, интернет-ресурсы и социальные сети.

Манипулятивные приёмы в политической коммуникации включают намеренное искажение реальных \_\_\_\_\_ и подачу неполной информации.

Противодействие манипуляциям достигается повышением \_\_\_\_\_ населения и созданием открытых площадок для дискуссии.

Ключи правильных ответов

Часть А

№	Правильный ответ
1	б
2	в
3	в
4	б
5	б

Часть В

модификация  
идеологическая  
каналы  
фактов  
медиаграмотности

Раздел III. Задания закрытого типа

Выберите единственно верный ответ на каждый вопрос.

Главная особенность политической коммуникации:

- а) Отсутствие цели убедить аудиторию
- б) Направленность на продвижение политических идей и убеждений
- в) Игнорирование общественного мнения
- г) Полная независимость от СМИ

Цель политической коммуникации - это:

- а) Продвижение товаров и услуг
- б) Управление досугом населения
- в) Формирование и изменение общественного мнения относительно политических вопросов
- г) Предоставление научно-технической информации

Успех избирательной кампании зависит от:

- а) Качества политической коммуникации
- б) Спортивных достижений кандидата
- в) Кулинарных талантов кандидата
- г) Семейного положения кандидата

Манипуляция в политической коммуникации проявляется в:

- а) Предоставлении точной статистики
- б) Сознательной дезинформации и искажении фактов
- в) Полном молчании кандидата
- г) Участии кандидата в благотворительности

Лучший способ минимизировать риски манипуляций в политической коммуникации:

- а) Запрет на проведение выборов
- б) Открытый доступ к информации и повышение медиаграмотности населения
- в) Отмена свободных СМИ
- г) Жёсткая цензура и запреты

Ключи правильных ответов

№	Правильный ответ
1	б
2	в
3	а
4	б
5	б

### 6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	40
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где	30-39

<p>обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</p>	
<p>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</p>	20-29
<p>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</p>	0-19

#### 6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий

Для выполнения проверочных заданий допускается использование ноутбука или планшета без доступа в Интернет.

### 7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к лекциям.

Эффективная подготовка к лекциям требует освоения методов самостоятельной интеллектуальной работы, целенаправленного развития творческих способностей и формирования навыков продуктивной деятельности. Важнейшим условием успешной учебы является соблюдение дисциплины как в учебной, так и в поведенческой сфере.

Ключевым элементом подготовки является грамотное планирование рабочего времени и отдыха. Основой для этого служат рабочие программы дисциплин, изучаемых в текущем семестре. Каждому студенту рекомендуется составлять планы на неделю, семестр и каждый конкретный день. Ежедневное распределение задач желательно осуществлять накануне, а в конце дня - подводить итоги: проверить выполнение намеченного, выявить возможные отклонения и проанализировать их причины.

Самоконтроль играет решающую роль в организации учебного процесса. В случае невыполнения отдельных пунктов плана необходимо оперативно найти время для их завершения, не снижая общего объема запланированной работы на неделю.

Самостоятельная работа на лекции.

Прослушивание и запись лекционного материала - один из наиболее сложных видов аудиторной деятельности в вузе. Восприятие и конспектирование требуют высокой концентрации и активной умственной работы. Краткие, осмысленные записи помогают глубже усвоить содержание лекции, особенно если они сделаны самостоятельно и отражают главное.

Не следует стремиться к дословной записи всего сказанного - это снижает качество восприятия и отвлекает от анализа. Оптимально фиксировать материал в собственных формулировках, выделяя ключевые идеи, определения и формулы. Рекомендуется вести записи на одной странице, оставляя соседнюю для последующей домашней проработки.

Структурирование конспекта - важный элемент: деление на пункты и параграфы, соблюдение абзацев, использование плана лекции, предложенного преподавателем. Принципиальные места целесообразно отмечать пометками вроде «важно», «запомнить», а также использовать цветные маркеры или ручки.

Полезно разработать собственную систему обозначений - «маркографию»: значки, сокращения, символы. При работе над конспектом важно обращаться не только к учебнику, но и к дополнительной литературе, рекомендованной лектором.

Именно такая системная, вдумчивая работа с лекционным материалом способствует глубокому освоению знаний и формированию устойчивых профессиональных навыков.

#### Подготовка к практическим занятиям.

Эффективная подготовка к практическому занятию начинается с внимательного ознакомления с его планом, отражающим содержание изучаемой темы. Продумывание и изучение вопросов плана должно опираться на анализ лекционного материала, а также на обязательную и дополнительную литературу, рекомендованную преподавателем.

В соответствии с индивидуальными интересами обучающемуся следует выбрать тему доклада по проблематике занятия и, при возможности, подготовить презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, его необходимо выполнить в соответствии с инструкцией - устно или письменно.

Все новые термины и понятия, связанные с темой занятия, следует выучить и внести в личный глоссарий, который целесообразно вести с начала курса. Такая системная работа способствует формированию способности уверенно отвечать на теоретические вопросы, выступать с докладом, участвовать в коллективном обсуждении и грамотно выполнять практические и контрольные задания.

#### Структура практического занятия:

В зависимости от содержания темы и объема времени, предусмотренного учебной программой, практическое занятие может включать четыре-пять основных компонентов:

Обсуждение теоретических вопросов, определённых программой дисциплины.

Доклады и/или презентации обучающихся по проблематике занятия.

Дискуссия по теме, включающая обсуждение выступлений.

Выполнение практического задания с анализом результатов или обсуждение домашнего задания, если оно предусмотрено.

Подведение итогов занятия.

##### 1. Обсуждение теоретических вопросов

Проводится в форме фронтальной беседы со всей группой. Включает выборочную проверку теоретических знаний обучающихся. Продолжительность: до 15 мин.

##### 2. Доклады и презентации

Обучающиеся выступают с докладами по одному из вопросов занятия. Презентации усиливают наглядность восприятия. Обязательный элемент - анализ и обоснование социальных последствий рассматриваемых явлений или процессов. Продолжительность: 20-25 мин.

##### 3. Дискуссия

Обсуждение докладов, ответы на уточняющие вопросы, коллективное осмысление проблематики. Продолжительность: до 15-20 минут.

#### 4. Практическое задание

Если задание выполняется в аудитории, преподаватель определяет его содержание и контролирует выполнение. Если задание было выполнено дома, проводится его проверка (устная или письменная). Продолжительность: 15-20 минут.

#### 5. Подведение итогов

Преподаватель объявляет оценки за работу, даёт их аргументированное обоснование. Продолжительность: около 5 мин.

#### Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям особое внимание следует уделять самостоятельному изучению рекомендованной учебно-методической, научной и популярной литературы. Работа с учебниками, учебными пособиями, справочными материалами, научными публикациями, периодикой, интернет-ресурсами и статистическими данными является одним из наиболее эффективных способов освоения учебного материала.

Такая форма самостоятельной деятельности способствует активному усвоению информации, формированию аналитического мышления и выработке собственного отношения к изучаемой проблеме. Знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, позволяет обучающимся глубже раскрыть содержание темы, продемонстрировать индивидуальный подход в рамках выступлений и дискуссий, а также ознакомиться с различными точками зрения на рассматриваемый вопрос.

Именно систематическая и вдумчивая работа с источниками формирует прочную базу знаний и развивает навыки критического анализа, необходимые для успешного участия в практических занятиях.

## **8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет**

### 8.1. Основная литература

1. Воеводина, Е. В. Социология массовых коммуникаций / Е. В. Воеводина. - Москва : Издательство Прометей, 2020. - 82 с. - ISBN: 978-5-907244-28-3.
2. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Касьянов. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2024. - 288 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-16159-5.
3. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 603 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15379-8.

### 8.2. Дополнительная литература

1. Болотова, А. К. Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для вузов / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2024. - 272 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-08188-6.
2. Геращенко, Л. И. Социология массовых коммуникаций : учебно-методическое пособие / Л. И. Геращенко. - Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2020. - 32 с.

### 8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Федеральный закон № 2124-1 от 27 декабря 1991 г. «О средствах массовой информации»
2. Федеральный закон № 38-ФЗ от 13 марта 2006 г. «О рекламе»
3. Федеральный закон № 149-ФЗ от 27 июля 2006 г. «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»

#### 8.4. Интернет-ресурсы

<http://ecsocman.edu.ru/>  
<http://lib.socio.msu.ru/>  
<http://socionet.ru/>  
<http://www.isn.ru/sociology.shtml>  
<http://www.i-u.ru/biblio/>  
<http://www.rocit.ru/>  
<https://www.researchgate.net/>

### **9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).