МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное**

**образовательное учреждение высшего образования**

**«Национальный исследовательский Нижегородский государственный**

**университет им. Н. И. Лобачевского»**

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Учебно-методическое пособие

Рекомендовано методической комиссией факультета социальных наук

для магистрантов ФСН ННГУ, обучающихся по направлению подготовки 39.04.01. – Социология, направленность ОП

«Социология культуры и молодежные исследования»

Нижний Новгород

2019

УДК 316.77

ББК С60.56

 С69

 С69 Социокультурный анализ массовых коммуникаций. Учебно-методическое пособие. Автор: Шалютина Н.В.– Нижний Новгород: Нижегородский университет, 2019. – 31 с.

Рецензент:

В пособии изложена программа курса «Социокультурный анализ массовых коммуникаций», включающая краткое описание тем лекций, планы семинарских занятий, примерные темы для самостоятельных работ и творческих заданий, список литературы по тематике курса и вопросы для промежуточного тестирования. Содержание пособия направлено на раскрытие основных вопросов социокультурного анализа массовой коммуникации, истории медиа, особенностей функционирования массовой коммуникации на социетальном и индивидуальном уровнях. Особое внимание уделяется социокультурному анализу основных звеньев коммуникативного процесса: коммуникатору, содержанию СМК, каналам распространения массовой информации, аудитории и эффектам воздействия средств массовой коммуникации.

Учебно-методическое пособие предназначено для магистрантов ФСН ННГУ, обучающихся по направлению подготовки «Социология культуры и молодежные исследования».

Ответственный за выпуск:

Председатель методической комиссии факультета социальных наук ННГУ, к.соц.н., доцент **И.Э. Петрова**

 УДК 316.77

ББК С60.56

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие……………………………………………………………………... 4

1. Пояснительная записка………………………………………………………...5

2.Цели и задачи освоения дисциплины………………………………………….7

3. Планируемые результаты обучения………………………………………..…8

4.Тематический расчет часов…………………………………………………….9

5. Дидактические единицы программы………………………………………...10

6. Самостоятельная работа ……………………………………………………..17

7. Фонд оценочных средств……………………………………………………. 19

8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины …………………………..28

9. Вопросы по курсу……………………………………………………………..30

**ПРЕДИСЛОВИЕ**

В пособии определяется тематика лекций, дается план семинарских занятий, темы творческих заданий. Каждый раздел курса лекций и тема семинарских занятий сопровождается списком рекомендуемой литературы. Для проверки освоения материалов курса предлагаются контрольные вопросы и тесты.

Пособие раскрывает содержание курса «Социокультурный анализ массовых коммуникаций», в котором рассматриваются история медиа, основные подходы к изучению средств массовых коммуникаций, и дается анализ функционирования СМИ в современном социокультурном пространстве. Актуальность социокультурного изучения массовых коммуникаций связана с повышением значимости и ценности информации в современном мире. Интенсификация и глобализация информационных потоков, с одной стороны, и глубокое проникновение медиа в повседневную жизнь людей, с другой стороны, позволяет говорить о возрастании роли средств массовой коммуникации в современном обществе. В связи с этим, одной из главных задач курса является анализ взаимодействия средств массовых коммуникаций и современных социокультурных феноменов.

Основной акцент в раскрытии тем данного курса сделан на представлении социологии массовых коммуникаций как мультипарадигмальной отрасли знания. Каждая из представленных методологических традиций выделяет свой ракурс и свой предмет исследовании, что влияет на представление о роли и функциях массовых коммуникаций в обществе. Большое значение при этом уделяется культурно-историческому контексту исследования. Важно понимать, что отсутствие единой исчерпывающей концепций анализа массовых коммуникаций связано с мультипарадигмальностью социологии как таковой; каждый из представленных подходов обладает своими сильными и слабыми сторонами.

1. **ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Необходимость в методическом пособии по курсу «Социокультурный анализ массовых коммуникаций» объясняется тем, что курс не повторяет содержания существующих учебных пособий по социологии массовых коммуникаций. Существует несколько возможностей изучения такого явления, как массовая коммуникация. Прежде всего, это медиаориентированный подход, исходящий из идей относительной автономности СМК в обществе. С этой точки зрения, функционирование института СМК в современном обществе по широте охвата аудитории и глубине проникновения в частную жизнь можно сравнить с ролью института религии в эпоху Средневековья. Воздействуя на конкретных потребителей информации, то есть, на индивидуальном уровне, СМК конструируют собственную картину мира, «удвоенную» реальность. Для многих людей СМК являются одним из основных источников социального опыта и знаний, при этом они не только отражают и интерпретируют действительность, но и создают её по собственным правилам, что обусловлено как целями коммуникатора, так и объективными особенностями функционирования СМК. В структуре свободного времени потребление материалов СМК занимает ведущее место и имеет тенденцию к росту.

Альтернативой медиаориентированному подходу может быть социокультурно ориентированный подход, рассматривающий функционирование СМК как элемента социальной системы, действующего, прежде всего, на социокультурном уровне. С этой точки зрения, СМК принимают форму и окраску тех структур, в рамках которых они функционируют, то есть, СМК испытывают влияние других социальных институтов и находятся под воздействием процессов более общего порядка. Это, прежде всего, политические, экономические, технологические, культурные и социальные процессы, обусловившие формирование и сопровождающие развитие массовых коммуникаций.

Данное учебно-методическое пособие ориентировано на анализ роли и места массовых коммуникации в социокультурном пространстве. Для того чтобы охарактеризовать современный этап развития СМК и понять системы взаимодействия СМК с другими акторами, полез­но сформулировать ряд вопросов, ответы на которые помогут полу­чить представление о сути дела. Прежде всего, необходимо выяснить, когда и в каком историческом и культурном контексте формируются и развиваются СМК? Как формулируется содержание проблемы у представителей различных социологических направлений и как развивалось теоретическое представление о массовых коммуникациях? Каково состояние и роль, основные подходы и методы изучения СМК на современном этапе?

Исходя из задач курса, наиболее приемлемым видится логика изучения феномена МК по концептуальной схеме, известной как «формула Лассвела» - «кто говорит? – что говорит? – по какому каналу? – кому говорит? - с каким эффектов?». Схему Лассвела можно дополнить анализом обратной связи, то есть, исследованием того, как результат коммуникации влияет на самого коммуникатора. Соответственно, изучая современное состояние массовых коммуникаций, предлагается обратить внимание на следующие моменты.

Во-первых, анализ коммуникатора и контроля сообщений. Отправитель сообщений является частью организованной группы и представителем социального института, то есть деятельность коммуникатора основана на системе норм и правил, а также на контроле их исполнения. Кроме того, важно определить цели и причины коммуникации. Изучая коммуникатора, важно помнить, что СМК, как социальный институт, всегда принимает форму и окраску тех социальных и политических структур, в рамках которых она функционирует.

Важным элементом структуры коммуникации является содержание медиасообщений. Рассматривая содержание коммуникации как системы символов, уместно использовать метод контент-анализа для описания контента в разных коммуникациях, проверки гипотез о способах подачи сообщений, сравнения медиаконтента с положением дел в действительности, оценки образов, создаваемых медиа, получения базовых сведений для изучения медиа эффектов.

Особый интерес представляет изучение канала коммуникации. Современные каналы массовой коммуникации представляют собой технологически сложные системы распространения информации. Важно понимать, что функционирование этих систем зависит от правовых норм общества, привычек аудитории, наличия ресурсов, необходимых для поддержания структуры медиа. Кроме того, важно ответить на вопрос, каким образом и с помощью каких средств осуществляется коммуникация.

Аудитория как объект изучения социологии МК рассматривается на микро- и макро- уровнях. С одной стороны, потребление информации носит ярко выраженный индивидуальный характер, в качестве принимающей стороны здесь выступает индивид. Вместе с тем, этот индивид зачастую рассматривается коммуникатором как часть группы, с присущими ей общими характеристиками.

Изучение медиа эффектов представляет особый интерес. Эффекты воздействия массовой коммуникации проявляются как на индивидуальном, так и на социокультурном уровнях, могут быть краткосрочными и долгосрочными, планируемыми и не планируемыми. Важно рассмотреть не только виды эффектов и показатели эффективности, но и понять механизмы воздействия.

**2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.06 Дисциплина «Социокультурный анализ массовых коммуникаций» является дисциплиной по выбору профессионального цикла. Период освоения дисциплины – 1 семестр.

**Целями освоения дисциплины** являются:

* формирование у магистрантов целостного представления о методологическом, методическом и прикладном уровнях социокультурного исследования массовых коммуникаций;
* о широком спектре междисциплинарного научного инструментария, применяемого для анализа массовых коммуникаций;
* о специфике института МК, его функциях, динамике развития, понимание места и роли МК в развитии общества.
1. **ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (КОМПЕТЕНЦИИ)**

Процесс изучения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| **Формируемые компетенции** | **Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций** |
| ОПК-4 | Способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности |
| ПК-1:  | Способность и умение самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения и явлений культуры |
| ПК-8  | Способность и готовность использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности |

1. **ТЕМАТИЧЕСКИЙ РАСЧЕТ ЧАСОВ**

Объем дисциплины (модуля) составляет 72 ч., из которых 33 ч. контактная работа (в том числе: 16- лекции, 16- практические занятия, 1 ч. КСР), 39 часов составляет самостоятельная работа обучающегося. Форма промежуточной аттестации – зачет. Общая трудоемкость дисциплины – 2 ЗЕТ.

**Тематическое содержание дисциплины (модуля)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№****п/п** | **Раздел****Дисциплин** | **Семестр** | **Неделя семестра** | **Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость *(в часах)*** | **Формы текущего контроля успеваемости*(по неделям семестра)*** |
| **Л** | **С** | **СРС** |
| 1 | Введение в социокультурный анализ МК: объекты исследования | 1 | 1-2 | 2 | 2 | 4 | Оценка результатов выполнения заданий к семинарскому занятию |
| 2 | Эмпирико-функционалистская группа теорий | 1 | 3-4 | 2 | 2 | 5 | Оценка результатов выполнения заданий к семинарскому занятию |
| 3 | Критическая теория и политэкономия МК | 1 | 5-6 | 2 | 2 | 5 | Оценка результатов выполнения заданий к семинарскому занятию |
| 4 | Лингвистическая группа теорий | 1 | 7-8 | 2 | 2 | 5 | Оценка результатов выполнения заданий к семинарскому занятию |
| 5 | Идеи медиадетерминизма и сетевого общества | 1 | 9-10 | 2 | 2 | 5 | Оценка результатов выполнения заданий к семинарскому занятию |
| 6 | Социология инноваций | 1 | 11-12 | 2 | 2 | 5 | Оценка результатов выполнения заданий к семинарскому занятию |
| 7 | Социальные теории медиапотребления и Cultural Studies | 1 | 13-14 | 2 | 2 | 5 | Оценка результатов выполнения заданий к семинарскому занятию |
| 8 | Микросоциальные теории МК | 1 | 15-16 | 2 | 2 | 5 | Оценка результатов выполнения заданий к семинарскому занятию |
|  | Всего |  |  | 16 | 16 | 39 |  |

*\* В рамках занятий семинарского типа может осуществляться текущий контроль успеваемости*

1. **ДИДАКТИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ ПРОГРАММЫ**

**Тема 1. Введение в социокультурный анализ массовых коммуникаций: объекты исследования**

**Лекция.**

Объекты исследования: коммуникатор, содержание коммуникации, каналы коммуникации, аудитория и эффекты коммуникации.

Структура и проблематика социологии массовых коммуникаций. «Карты теорий» медиа. Границы предметной области социологии массовых коммуникаций.

Основные понятия курса: коммуникация как социальное действие. Информация и коммуникация. Коммуникация: медиатизированая и немедиатизированная. Жанры коммуникации.

СМИ, СМК, медиа. Основные атрибуты медиа. Коммуникативная пирамида Д. Маккуэйда.

**Семинарское занятие.**

**Вопросы для подготовки.**

1. История медиа:древо коммуникационных каналов. Хронология общественных коммуникационных систем.
2. Технологические и социальные революции как фактор изменений в средствах и функциях массовых коммуникаций.
3. Документальная и устная коммуникация. Эволюция изображения. Эволюция носителей речи.
4. Закон кумуляции коммуникационных каналов. Закон симметрии коммуникационных каналов. Закон ускорения бифуркации.

**Литература.**

1. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / О.Я. Гойхман, Т.А. Апарина, Л.М. Гончарова, В.И. Дубинский. [Электронный ресурс], режим доступа: <http://znanium.com>, свободный . – Заглавие с экрана.
2. Бриггз А. Медиа. Введение [Электронный ресурс] режим доступа http: znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана.
3. Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. [Электронный ресурс] – режим доступа https://e.lanbook.com, свободный. – Заглавие с экрана.
4. Кожемякин Е.А. Основы теории коммуникации. [Электронный ресурс] режим доступа http:www znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана.

**Тема 2. Массовая коммуникация в ракурсе эмпирико-функционалистсой группы теорий**

**Лекция.**

Концептуальные схемы коммуникации: математическая теория К. Шеннона У. Уивера; схема Шрамма, модель потенциально коммуникативной ситуации. Бихейвиористская модель. Линейная математическая модель коммуникации.

Коммерциализация СМИ. Парадигма пропаганды («магической пули»). Парадигма ограниченных эффектов. Структура коммуникации Г. Лассуэла. Двухступенчатая модель коммуникации П. Лазарсфельда. Функционализм МК. Теория социальной ответственности СМИ. Теория обретения пользы и удовлетворения. Теория «повестки дня».

**Семинарское занятие.**

**Задание для подготовки.**

Просмотреть и сравнить новостные выпуски (один из а) – в)):

а) в будний и выходной день на одном телеканале;

б) на двух федеральных телеканалах;

в) на федеральной и региональном телеканалах.

Проанализируйте и сравните структуру смыслового ряда новостных выпусков: как чередуются блоки сообщений с положительным и отрицательным эмоциональным фоном? В каких блоках расположены нейтральные новости? Изобразите смысловой ряд графически.

Какая повестка дня (недели) задана просмотренными выпусками новостей? С чем, на Ваш взгляд, связано сходство и различие? Проанализируйте повестку дня с точки зрения атрибуции ответственности. Какой образ прошедшего дня (недели) выстраивается проанализированным каналом? Можно ли по содержанию новостей восстановить политические цели владельцев канала? Какие приемы манипуляции были использованы в просмотренных новостных выпусках?

**Литература**

1. Владимирова, М. Б. Трансформация массового сознания под воздействием СМИ (на примере российского телевидения) [Электронный ресурс] режим доступа http:znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана.
2. Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. [Электронный ресурс] - режим доступа https://e.lanbook.com, свободный. – Заглавие с экрана.
3. Кожемякин Е.А. Основы теории коммуникации. [Электронный ресурс] режим доступа http:www znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана.
4. Корнилов, Е. А. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий [Электронный ресурс]. - режим доступа http: znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана

**Тема 3. Критическая теория** **и политэкономия МК** (МК как идеологический институт общества).

**Лекция**

Массовое общество. Индустриализация культуры: Вальтер Беньямин. Франкфуртская школа. Г. Маркузе и капиталистический социальный контроль.

Ю. Хабермас и общественная сфера. Теории идеологических аппаратов: Л. Альтюссер, Г. Дебор.

Политэкономия МК: суть культурного доминирования. Культурный империализм Г. Шиллера. Переоценка идеи культурной зависимости. Медиакапитал. Концепция индустрии содержания. Основная специфика культурных продуктов. Изучение культурных индустрий.

**Семинарское занятие.**

**Задание для подготовки.**

1. Проанализируйте современные процессы концентрации масс медиа в России с позиций политэкономических теорий медиа.
2. Влияние медиакультуры и медиаграмотность Н. Постман: критика современного телевидения.
3. Эпоха шоу-бизнеса и телевизионное мышление.
4. Медиаграмотность как основа критического восприятия ТВ.

**Литература**

1. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / О.Я. Гойхман, Т.А. Апарина, Л.М. Гончарова, В.И. Дубинский. [Электронный ресурс], режим доступа: http://znanium.com, свободный . – Заглавие с экрана.
2. Бриггз А. Медиа. Введение [Электронный ресурс] режим доступа http: znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана.
3. Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. [Электронный ресурс] - режим доступа https://e.lanbook.com, свободный. – Заглавие с экрана.
4. Корнилов, Е. А. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий [Электронный ресурс]. - режим доступа http: znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана

**Тема 4. Лингвистическая группа теорий.**

**Лекция**

Общая схема коммуникаций. Теории знака. Мифология. Р. Барт и семиология. Психолингвистика. В. Дейк и дискурс новостей.

Морфология Проппа (нарратив, персонажи, функции, круг действий героев). Греймас: структура рассказа, линия «потребности». База для анализа. Семантизация практик.

**Семинарское занятие.**

**Задание для подготовки.**

Вариант 1. Нарративы в кино.

Проанализируйте современный фантастический или приключенческий фильм, используя морфологию В. Я. Проппа. Просмотреть фильм, выделит функции действующих лиц, их последовательность.

Вариант 2. Семиотический анализ рекламы

Задача анализа - описать рекламные сообщения как тексты, выявляя лежащие в основе этих сообщений системы функциональных различий, правила соединения знаков, показывая, как в них выразились системы ценностей, эксплуатируемые рекламой, и как выстраивается взаимодействие «коммуникатор - текст – аудитория».

Дать идеологический анализ ролика: какие социальные коды использованы на уровне реальности (внешность героев, жесты, окружающая обстановка и т.д.)? Как закодирован уровень репрезентации (музыкальное сопровождение, освещение, камера, графическое оформление и т.д.)? Как представлен идеологический уровень ролика? Какие социальные коды содержаться в самом драматическом конфликте (классовые, гендерные, национальные стереотипы), Какова целевая аудитория ролика? Какой образ реальности создает ролик? Какие ценности пропагандирует (на уровне товара и на уровне потребности)?

**Литература**

1. Владимирова, М. Б. Трансформация массового сознания под воздействием СМИ (на примере российского телевидения) [Электронный ресурс] режим доступа http:znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана.
2. Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. [Электронный ресурс] - режим доступа https://e.lanbook.com, свободный. – Заглавие с экрана.
3. Кожемякин Е.А. Основы теории коммуникации. [Электронный ресурс] режим доступа http:www znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана.
4. Корнилов, Е. А. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий [Электронный ресурс]. - режим доступа http: znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана

**Тема 5. Идеи медиадетерминизма и сетевого общества.**

**Лекция**

Норберт Винер и кибернетика в теориях коммуникации. Информационное общество как социально-философская парадигма.

Торонтская школа коммуникации: Гарольд Иннис, Маршал Маклюэн.

Теории информационной экономики будущего: Дэниэл Белл, Элвин Тоффлер.

 Сетевое общество Мануэля Кастельса (сетевая власть, сетевая информационная экономика). Д. Риффкин: доступ против собственности.

Теории непрерывной информатизации общества Информация, медиа и глобализация. Теория рефлексивной модернизации Э. Гидденса. Концепция текучей модернити З. Баумана. Теория гибкой аккумуляции Д. Харви. Концепция публичной сферы Ю. Хабермаса.

**Семинарское занятие.**

**Вопросы для подготовки.**

1. Информационное общество и «новые медиа» в парадигме модернизации. Конвергентные культуры Генри Дженкинса.
2. Теория сетевой демократии Зизи Папахарисси и Клея Ширки.
3. Кибероптимизм vs киберскептицизм (К. Ширки, Тим О’Рейли, Дж. Ланир, Е. Морозов). Киберпространство: свобода и контроль, активность и пассивность в мире сетевых коммуникаций.
4. Теории медиации vs теории медиатизации. Англосаксонская традиция использования термина «медиация» (С. Ливингстон, Р. Сильверстоун, Н. Коулдри). Североевропейский подход: теории медиатизации (Д. Элтхейд и Р. Сноу, В. Шульц, Ф. Кротц, С. Хьярвард).

**Литература**

1. Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. [Электронный ресурс] - режим доступа https://e.lanbook.com, свободный. – Заглавие с экрана.
2. Корнилов, Е. А. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий [Электронный ресурс]. - режим доступа http: znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана
3. СМИ в меняющейся России: коллективная монография Аникина М.Е., Блинова М.В., Вартанова Е.Л., Воинова Е.А. - [Электронный ресурс]. - режим доступа https://e.lanbook.com, свободный. – Заглавие с экрана.
4. Хорольский В.В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа- [Электронный ресурс]. - режим доступа https://e.lanbook.com, свободный. – Заглавие с экрана.

**Тема 6. Социология инноваций**

**Лекция**

Идея диффузии инноваций. Модели диффузии инноваций Эверетта Роджерса. Теория перевода в моделях инновации Бруно Латура и Мишеля Каллона (АСТ). Критика акторно-сетевой теории: Дэвид Блур.

Патрис Флиши и идея социотехнического альянса. Теория использования техники.

**Семинарское занятие.**

**Вопросы для подготовки.**

1. Прочтение и обсуждение текстов:
* Латур, Б. Об интеробъективности / Б. Латур // Социология вещей / Под. ред. В. Вахштайна. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2006. – с. 169-199
* Латур, Б. Когда вещи дают отпор: возможный вклад «исследований науки» в общественные науки / Б. Латур // Социология вещей / Под. ред. В. Вахштайна. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2006. – с. 342-365
* Латур, Б. Надежды конструктивизма / Б. Латур // Социология вещей / Под. ред. В. Вахштайна. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2006. – с. 365-390
* Латур, Б. Где недостающая масса? Социология одной двери / Б. Латур // Социология вещей / Под. ред. В. Вахштайна. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2006. – с. 199-223

**Тема 7. Социальные теории медиапотребления и Cultural Studies.**

**Лекция**

Cultural Studies и исследование аудитории. Социологические и философские теории практик: Пьер Бурдье, Мишель де Серто, Мишель Фуко.

Концепция кодирования/декодирования Стюарта Холла. Понятие интерпретации. Активный зритель. Использование медиа. Исследование медиапрактик: изучение сериальной продукции, грамматика опыта аудитории, место медиа в быту.

**Семинарское занятие.**

**Вопросы для подготовки.**

1. Джон Фиске и понятие «популярная культура».
2. Кросс-культурные исследования восприятия сериалов и культурных продуктов.
3. Исследование медиа в этнических группах и диаспорах.

**Литература**

1. Томпсон Брайант, Д. Томпсон С. Основы воздействия СМИ. - М.: Вильямс, 2004.
2. Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. [Электронный ресурс] - режим доступа https://e.lanbook.com, свободный. – Заглавие с экрана.
3. Кожемякин Е.А. Основы теории коммуникации. [Электронный ресурс] режим доступа http:www znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана.
4. Назаров М.М. Массовое коммуникация и общество. Ведение в теорию и исследования. – М.: Либроком, 2010.

**Тема 8. Психологические и микросоциальные теории коммуникации.**

**Лекция**

Концепция психологической лингвистики и когнитивные исследования. Психолингвистические исследования Ноама Хомского. Теории прайминга и культивации.

Школа Пало-Альто и изучение интерперсональных коммуникаций. Изучение медианасилия: Джордж Гербнер и проект культурных индикаторов.

Символический интеракционизм и этнометодология коммуникаций. Понятие «фрейм» у Ирвина Гофмана. Грегори Бейтсон и психология коммуникаций.

Социальные исследования медиа: теории медиаэкологии и информационного общества.

**Семинарское занятие.**

**Вопросы для подготовки.**

Основные направления исследований медиавоздействия:

1. Изучение воздействия медианасилия. Воздействие сексуально откровенного контента.
2. Страх и тревога, вызванные медиапродукцией.
3. Воздействие новостей. Воздействие информационных кампаний. Воздействие рекламы. Воздействие политической пропаганды. Воздействие стереотипного изображения меньшинств.
4. Воздействие развлекательных медиатекстов.
5. Исследования Интернет-зависимости.

**Литература**

1. Владимирова, М. Б. Трансформация массового сознания под воздействием СМИ (на примере российского телевидения) [Электронный ресурс] режим доступа http:znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана.
2. Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. [Электронный ресурс] - режим доступа https://e.lanbook.com, свободный. – Заглавие с экрана.
3. Кожемякин Е.А. Основы теории коммуникации. [Электронный ресурс] режим доступа http:www znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана.
4. Корнилов, Е. А. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий [Электронный ресурс]. - режим доступа http: znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана

**6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА**

Самостоятельная работа способствует получению магистрантами новой информации, упорядочению и углублению имеющихся знаний.

Самостоятельная работа магистрантов направлена на решение следующих задач:

1) совершенствование восприятия и анализа оригинальных социологических текстов;

2) развитие способностей к дискуссии, к формированию и логически аргументированному обоснованию собственной позиции по тому или иному вопросу;

3) развитие и совершенствование творческих и исследовательских способностей

Виды самостоятельной работы, выполняемые в рамках курса:

1. Изучение понятийного аппарата дисциплины

Система индивидуальной самостоятельной работы подчинена усвоению понятийного аппарата социологии с помощью учебных материалов, указанных в списке литературы.

1. Работа над литературой методами визуализации

Одна из форм самостоятельной работы с литературой – графическая визуализация материала, требующая от студента анализа информации. К графической визуализации относят любые графики, схемы, таблицы, карты, то есть всё то, что позволяет графически представить процессы и явления, происходящие в системах, и упростить их анализ и восприятие.

1. Подготовка к семинарским занятиям

Этапы подготовки к докладу или обсуждению на семинарском занятии:

 1) осмыслить круг изучаемых вопросов и логику их рассмотрения;

 2) изучить рекомендованную учебно-методическим комплексом литературу по данной теме;

 3) тщательно изучить лекционный материал;

 4) ознакомиться с вопросами очередного семинарского занятия;

 5) подготовить презентацию. При презентации материала на семинарском занятии можно воспользоваться следующим алгоритмом изложения темы: определение и характеристика основных категорий, эволюция предмета исследования, оценка его современного состояния, существующие проблемы, перспективы развития. Использование Power Point существенно повышает степень визуализации материала и заинтересованности аудитории к результатам научной работы студента.

4. Самостоятельная работа магистранта при подготовке к экзамену.

Итоговой формой контроля успеваемости студентов по учебной дисциплине «Социокультурный анализ массовой коммуникации» является экзамен. В начале семестра рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к зачету по дисциплине, а также использовать в процессе обучения методические материалы по данной дисциплине. Это позволит сформировать обобщенное видение магистрантом дисциплины «Социокультурный анализ массовой коммуникации».

1. Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам.

**7.ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

* 1. **Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине Социокультурный анализ массовых коммуникаций**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Код компетенции\* | Содержание компетенции | Планируемые результаты обучения | Наименование оценочного средства  |
|  | ОПК-4 | Способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности | **Знать:** Научный и научно-производственный профиль своей профессиональной деятельности | Выбирается из п.7.3. |
| **Уметь:** Самостоятельно осваивать новые методы исследования | Выбирается из п.7.3. |
| **Владеть:** Навыками применения социологической методологии позволяющими изменять научный профиль | Выбирается из п.7.3. |
| **Мотивация:** Готов самостоятельно осваивать новые методы исследования | Выбирается из п.7.3. |
|  | ПК-1 | Способность и умение самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения и явлений культуры | **Знать:** Основные концепции философии социальных наук и направления современной социологической теории.Методы социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения и явлений культуры | Выбирается из п.7.3. |
| **Уметь:** Систематизировать и критически оценивать основные идеи в философских, научных социологических текстах. Использовать различные методы социологических наук при исследовании социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения и явлений культуры | Выбирается из п.7.3. |
| **Владеть:** Навыками постановки цели и задач социокультурного исследованияНавыками анализа, систематизации и критического осмысления тенденциям и направлениям современной социологической теории Способностью анализа и обобщения полученной в процессе социокультурного исследования информации | Выбирается из п.7.3. |
| **Мотивация:** Готов использовать основные методы социологических наук при исследовании социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения и явлений культуры Готов систематизировать и критически оценивать основные идеи в философских, научных социологических текста. | Выбирается из п.7.3. |
|  | ПК-8 | Способность и готовность использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности | **Знать:** Основные методы и теории социальных и гуманитарных наук Методами и методиками проведения экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности | Выбирается из п.7.3. |
| **Уметь:** Выбирать необходимые социологические теории и методы сбора, обработки, систематизации и анализа социокультурной информации Использовать социологические данные для подготовки аналитических решений и консалтингаПредставлять результаты экспертных заключений | Выбирается из п.7.3. |
| **Владеть:** Навыками применения социологические теории и методы сбора, обработки, систематизации и анализа социокультурной информацииМетодами и методиками осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельностиНавыками представления отчетов о проведении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности перед различными аудиториями | Выбирается из п.7.3. |
| **Мотивация**: Готов использовать навыки применения социологические теории и методы сбора, обработки, систематизации и анализа социокультурной информацииГотов осуществлять экспертную, консалтинговую и аналитическую деятельность | Выбирается из п.7.3. |

* 1. **Критерии и шкалы для интегрированной оценки уровня сформированности компетенций *:***

|  |  |
| --- | --- |
| **Индикаторы компетенции** | **ОЦЕНКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ (Начальный/Базовый/Итоговый этап формирования (*нужное подчеркнуть*))** |
| **плохо** | **неудовлетворительно** | **удовлетворительно** | **хорошо** | **очень хорошо** | **отлично** | **превосходно** |
| **Полнота знаний** | Отсутствие знаний теоретическогоматериала.Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа | Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. | Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки. | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок. | Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки. |
| **Наличие умений**  | Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа | При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения.Имели место грубые ошибки. | Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме. | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами. | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами. | Продемонстрированы все основные умения,решены все основные задачи с отдельными несущественнымнедочетами, выполнены все задания в полном объеме. | Продемонстрированы все основные умения,. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полномОбъеме без недочетов |
| **Наличие навыков****(владение опытом)** | Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа | При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки.Имели место грубые ошибки. | Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов. | Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов. | Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач  |
| **Мотивация(личностное отношение)** | Полное отсутствие учебной активности и мотивации | Учебная активность и мотивация слабо выражены, готовность решать поставленные задачи качественно отсутствуют | Учебная активность и мотивация низкие, слабо выражены, стремление решать задачи качественно  | Учебная активность и мотивация проявляются на среднем уровне, демонстрируется готовность выполнять поставленные задачи на среднем уровне качества  | Учебная активность и мотивация проявляются на уровне выше среднего, демонстрируется готовность выполнять большинство поставленных задач на высоком уровне качества | Учебная активность и мотивация проявляются на высоком уровне, демонстрируется готовность выполнять все поставленные задачи на высоком уровне качества | Учебная активность и мотивация проявляются на очень высоком уровне, демонстрируется готовность выполнять нестандартные дополнительные задачи на высоком уровне качества |
| **Характеристика сформированности компетенции** | Компетенция в не сформирована. отсутствуют знания, умения, навыки, необходимые для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучение | Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучение | Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач. | Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям, но есть недочеты. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по некоторым профессиональным задачам. | Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач. | Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач.  | Сформированность компетенции превышает стандартные требования. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для применения творческого подхода к решению сложных практических (профессиональных) задач. |
| **Уровень сформированности компетенций** | Нулевой | Низкий | Ниже среднего | Средний | Выше среднего | Высокий | Очень высокий  |

**7.3. Типовые задания для текущего контроля успеваемости**

**7.3.1. Задачи для оценки компетенции «ОПК-4»**

Задача 1. Обсуждение особенностей основный социокультурных подходов к исследованию МК:

* 1. Эмпирико-функциональная группа теорий
	2. Критическая теория
	3. Лингвистическая теория
	4. Социология коммуникаций
	5. Социология инноваций
	6. Политическая экономия
	7. Психо-социологические теории и кибернетика

Какой из представленных подходов исследования представляется вам наиболее эффективным по отношению к различным объектам коммуникационного анализа? Аргументируйте свое мнение.

Задача 2. Составление «Карты теории» на основе формулы Лассуэла (на микросоциологическом и макросоциологическо уровнях).

 Обсуждение «Карт теорий социокультурного анализа МК»:

2.1. Карта теорий Бернарда Мьежа

2.2. Карта теорий Арманда Маттелара

2.3. Карта теорий Джостейна Грипсруда

2.4. Карта теорий Дэниса Макуэйла

* + 1. **Задания для оценки компетенции «ПК-1»**
1. Является ли Интернет новой площадкой для развертывания публичной сферы? Должно ли государство регулировать эту сферу?
2. Возможна ли интерпретация результатов анализа содержания без проведения исследования с другими методами? Аргументируйте свое мнение.
3. Выделите общее и особенное в методах, присущих семиотике и традиционному контент-анализу.Каковы сильные и слабые стороны данного подхода в исследовании СМИ?
4. Как вы понимаете тезис П. Бурдье «Общественного мнения не существует»?
5. Каким образом выбор канала коммуникации зависит от мотива обращения к ней? Приведите примеры.
6. В чем состоят основные различия между планируемыми и непланируемыми эффектами массовой коммуникации?
7. Какие модели эффектов массовой коммуникации способствуют коммодификации аудитории?
8. Какие модели эффектов массовой коммуникации описывают электоральное поведение?

**7.3.3.Контрольная работа для оценки компетенции «ПК-8»**

**Вариант 1.** Просмотреть и сравнить новостные выпуски (один из а) – в)):

а) в будний и выходной день на одном телеканале;

б) на двух федеральных телеканалах;

в) на федеральном и региональном телеканалах.

Проанализируйте и сравните структуру смыслового ряда новостных выпусков: как чередуются блоки сообщений с положительным и отрицательным эмоциональным фоном? В каких блоках расположены нейтральные новости? Изобразите смысловой ряд графически.

Какая повестка дня (недели) задана просмотренными выпусками новостей? С чем, на Ваш взгляд, связано сходство и различие? Проанализируйте повестку дня с точки зрения атрибуции ответственности. Какой образ прошедшего дня (недели) выстраивается проанализированным каналом? Можно ли по содержанию новостей восстановить политические цели владельцев канала? Какие приемы манипуляции были использованы в просмотренных новостных выпусках?

**Вариант 2.** Сделайте анализ рекламной фотографии, используя метод контент-анализа. Дайте идеологический анализ фото: какие социальные коды использованы на уровне реальности (внешность героев, жесты, окружающая обстановка и т.д.)? Как закодирован уровень репрезентации (освещение, композиция, графическое оформление и т.д.)? Как представлен идеологический уровень фото? Какие социальные коды содержаться сюжете фото (классовые, гендерные, национальные стереотипы), Какова целевая аудитория фото? Какой образ реальности создается? Какие ценности пропагандирует (на уровне товара и на уровне потребности)?

**Вариант 3.** Проанализируйте, каким образом освещено одно и то же событие разными медиа каналами. Используйте различные каналы, предположительно имеющие разные политические позиции, или позиции, по которым интересы владельцев данных медиа предположительно максимально расходятся (например, отечественные и зарубежные источники). В каких категориях осмысливается событие? Как отличается видеоряд и комментарии у обоих источников? Какая позиция показалась Вам более аргументированной, почему?

**Вариант 4.** Приведите пример того, каким образом социальная норма была инспирирована СМК. Используя данные статистики и опросов общественного мнения, покажите, как какое-либо явление или поведение стало нормой. Повлияли ли на закрепление этой нормы другие факторы (например, законодательство, изменение политической ситуации и пр.). Являлось ли это результатом конструирования или отражения социальной реальности медиа каналом?

**7.3.4. Тест (**вопросы для оценки компетенций «**ПК-1**» , «**ПК-8», «ОПК-4»)**:

1. Какое свойство не характерно для межличностной коммуникации?

А) Равноправие участников.

Б) Значимость личностных характеристик.

В) Пространственно-временное ограничение участников.

Г) Отсутствие конверсии информации.

2. Трансмиссионная модель коммуникации Шенона включает:

А) Обмен информацией между передающей и принимающей стороной.

Б) Процесс кодирования и декодирования сообщений.

В) Техническую проблему точности передачи символов коммуникации.

3. Первая информационная революция связана с:

А) Изобретением иконических знаков.

Б) Изобретением письменности.

В) Изобретением книгопечатания.

4. В качестве участников коммуникации могут выступать:

А) Как личности, так и социальные институты.

Б) Только личности.

В) Только социальные институты.

Г) Социальные институты и лидеры мнений.

5. В коммуникативном взаимодействии участники:

А) Обмениваются коммуникативными ролями.

Б) Обмениваются социальными статусами.

В) Взаимодействуют символически, без обмена.

6. Первые газеты появились:

А) В 15 веке.

Б) В 16 веке.

В) В 17 веке.

Г) В 18 веке.

7. Основное отличие процесса коммуникации от процесса общения состоит в:

А) Отсутствии межличностной интеракции.

Б) Использовании разных каналов для передачи информации.

В) Это синонимы.

8. Объединение индивидов в публику осуществляется посредством:

А) Лидеров мнений.

Б) Физических контактов.

В) Общественного мнения.

Г) Заражения.

9. В качестве предмета социологического изучения впервые выделил коммуникацию:

А) У. Липпман.

Б) Р. Парк.

В) Ч. Кули.

Г) Г. Лассуэл.

10. Понятие стереотип ввел в оборот СМК:

А) У. Липпман.

Б) Р. Парк.

В) Ч.Кули.

Г) Г. Лассуэл.

11. Пропаганда в качестве основной функция СМИ была выделена:

У. Липпманом.

А) Р. Парком.

Б) Ч.Кули.

В) Г. Лассуэлом.

12. Термин «гейткипинг» означает:

А) Форму манипулятивного воздействия на аудиторию собственниками СМИ.

Б) Процесс фильтрации новостей на разных стадиях журналистской обработки.

В) Процесс выбора аудиторией источника информации.

13. Кто впервые использовал метод контент-анализа при изучении СМИ:

А) У. Липпман.

Б) Р. Парк.

В) Ч.Кули.

Г) Г. Лассуэл.

14. Представители Франкфуртской школы (Т. Адорно, М. Хоркхаймер, Г. Маркузе) изучали:

А) «Лидеров мнений» как посредников между массовой и межличностной коммуникацией.

Б) Коммуникацию как средство пространственно-временной организации социума.

В) Функционирование индустрии культуры как субъекта символического насилия.

15. Симулякр это:

А) Копия, снятая с оригинала.

Б) Оригинал, имеющий копии.

В) Копия, не имеющая оригинала.

Г) И копия, и оригинал.

16. Понятия «означаемое» и «означающее» соотносятся друг с другом как:

А) Мысль и образ.

Б) Знак и смысл.

В) Образ и знак.

17. Дым как знак огня (симптом как знак болезни) является:

А) Иконическим знаком.

Б) Индексным знаком.

В) Символическим знаком.

18. Коммодификация аудитории – это:

А) Процесс сегментирования аудитории по интересам.

Б) Процесс распространения среди аудитории определенных норм.

В) Процесс превращения аудитории в товар.

19. С точки зрения медиаэкономики, на каком из нижеперечисленных рынков нет конкуренции СМИ?

А) На рынке рекламы.

Б) На рынке содержания.

В) На рынке свободного времени.

Г) На рынке жанров.

20. Идея «культурного гражданства» описывает:

А) глобализации медиасодержания.

Б) Возможность участия аудитории в производстве медиапродукции.

В) Набор базовых культурных прав, реализация которых осуществляется через медиа.

**8.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**а) основная литература**

1. Гостенин В.И. Социология массовой коммуникации. [Электронный ресурс] режим доступа http:www. znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана.
2. Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. [Электронный ресурс] - режим доступа https://e.lanbook.com, свободный. – Заглавие с экрана.
3. Кожемякин Е.А. Основы теории коммуникации. [Электронный ресурс] режим доступа http:www znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана.
4. Марков А.А. Теория и практика массовой информации. [Электронный ресурс] режим доступа http:www. znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана.
5. Назаров М.М. Массовое коммуникация и общество. Ведение в теорию и исследования. – М.: Либроком, 2010.

**б) дополнительная литература**

1. Брайант, Д. Томпсон С. Основы воздействия СМИ. - М.: Вильямс, 2004.
2. Бриггз А. Медиа. Введение [Электронный ресурс] режим доступа http: znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана.
3. Вирен Г. Современные медиа: Приемы информационных войн: учебное пособие для студентов вузов - [Электронный ресурс]. - режим доступа https://e.lanbook.com, свободный. – Заглавие с экрана.
4. Владимирова, М. Б. Трансформация массового сознания под воздействием СМИ (на примере российского телевидения) [Электронный ресурс] режим доступа http:znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана.
5. Корнилов, Е. А. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий [Электронный ресурс]. - режим доступа http: znanium.com, свободный. – Заглавие с экрана.
6. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / О.Я. Гойхман, Т.А. Апарина, Л.М. Гончарова, В.И. Дубинский. [Электронный ресурс], режим доступа: http://znanium.com, свободный . – Заглавие с экрана.
7. СМИ в меняющейся России: коллективная монография Аникина М.Е., Блинова М.В., Вартанова Е.Л., Воинова Е.А. - [Электронный ресурс]. - режим доступа https://e.lanbook.com, свободный. – Заглавие с экрана.
8. Хорольский В.В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа- [Электронный ресурс]. - режим доступа https://e.lanbook.com, свободный. – Заглавие с экрана.

**в) Интернет-ресурсы**

**Электронные научно-образовательные ресурсы фундаментальной библиотеки ННГУ**

(Для получения доступа необходимо пройти индивидуальную регистрацию в ФБ):

1. www.znanium.com

2. http://e.lanbook.com

3. www.biblio-online.ru

**Веб-адреса научно-исследовательских и аналитических центров:**

1. Портал «Экономика. Социология. Менеджмент» //http:www.ecsocman.ru
2. ФОМ – Фонд «Общественное мнение» //http://www.fom.ru/
3. ВЦИОМ – Всероссийский Центр изучения общественного мнения //http://wciom.ru/
4. Левада-центр //www.levada.ru
5. Институт социологии РАН //http://www.isras.ru/
6. Исследовательская группа «Циркон» <http://www.zircon.ru/>
7. Исследовательская группа «Комкон-2» http://www.comcon-2.com/

**Электронные архивы отечественных журналов по социологии:**

1. Вопросы социологии http://sociologos.net/voprosy\_sociologii
2. Социальная реальность https://corp.fom.ru/
3. Социологические исследования //http://www.isras.ru/
4. Социологическое обозрение //https://sociologica.hse.ru/

**Образовательные программы и проекты:**

1. Школа новых медиа — образовательная программа, созданная на базе Высшей школы экономики <http://www.new-media-school.ru>
2. Образовательный проект «Портал SocioLogos.ru» <http://www.sociologos.ru/>
3. Информационный ресурс посвящен методологическим и методическим особенностям социологических, социально-психологических и образовательных исследований <http://soc-research.info>
4. Образовательный портал Постнаука https://postnauka.ru/

**9.ВОПРОСЫ ПО КУРСУ**

**Вопросы к экзамену по дисциплине \_Социокультурный анализ массовых коммуникаций\_**

|  |  |
| --- | --- |
| Вопрос  | Код компетенции *(согласно РПД)* |
| 1. Объекты исследования в науке о коммуникациях.
 | ОПК-4 |
| 1. Понятия «коммуникации». Формы, уровни и виды социальных коммуникаций.
 | ОПК-4 |
| 1. Модель коммуникативного процесса К. Шеннона и Г. Лассвелла.
 | ОПК-4 |
| 1. Чикагская школа СМК: Р. Парк, Ч. Кули, У. Липпман
 | ОПК-4 |
| 1. Функции МК с точки зрения Г. Лассуэла. СМИ и пропаганда.
 | ПК-1 |
| 1. Двуступенчатая модель коммуникации П. Лазерсфельда. Функции МК.
 | ОПК-4 |
| 1. Социодинамическая теория СМК А. Моля.
 | ПК-1 |
| 1. СМК в концепции самореферентных систем Н. Лумана
 | ОПК-4 |
| 1. Массовая коммуникация как фактор социальных изменений (концепция М.Маклюэна).
 | ОПК-4 |
| 1. Постмодернистское прочтение медиа: коды и симулякры.
 | ПК-1 |
| 1. Семиотический подход к исследованию МК: кодирование и декодирование
 | ПК-1 |
| 1. Структура мифа в семиологии
 | ПК-1 |
| 1. Идеология и индустрия культуры.
 | ОПК-4 |
| 1. Становление структуры МК: функциональный подход
 | ПК-1 |
| 1. Средства массовой коммуникаций и модернизационные тенденции развития человечества.
 | ОПК-4 |
| 1. «Четыре теории прессы» и модели функционирования СМИ.
 | ПК-1 |
| 1. СМК как «четвертая власть». Роль СМК в механизме функционирования демократии.
 | ПК-8 |
| 1. Функции СМК: социальный и индивидуальный уровни
 | ПК-1 |
| 1. Особенности индустрии СМИ (сдвоенный рынок товаров и услуг).
 | ПК-8 |
| 1. Влияние форм собственности на деятельность СМК.
 | ПК-8 |
| 1. Коммуникативные барьеры в различных видах коммуникации.
 | ПК-8 |
| 1. Эффекты воздействия медиа: Теории «повестки дня», «спирали молчания» и информационного дефицита.
 | ПК-8 |
| 1. Эффекты воздействия медиа: гипотеза культивации, эффект прайминга, диффузия инноваций, теория использования и удовлетворения, социально-когнитивная теория.
 | ПК-8 |
| 1. Контент-анализ как метод исследования СМИ.
 | ПК-8 |

Надежда Владимировна **Шалютина**

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

*Учебно-методическое пособие*

**Федеральное государственное автономное**

**образовательное учреждение высшего образования**

**«Национальный исследовательский Нижегородский государственный**

**университет им. Н.И. Лобачевского»**

**603950, Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23**