

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ярошенко Николай Николаевич  
Должность: проректор по учебно-методической деятельности  
Дата подписания: 06.05.2026 11:33:50  
Уникальный программный ключ:  
25cc77c6d2a242799b1569189212ec549db4bb3f

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДЕНО:  
Председатель УМС  
Факультета государственной  
культурной политики  
Единак А.Ю.**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
КУЛЬТУРА МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

**Направление подготовки: 50.03.03 История искусств**

**Профиль подготовки/специализация: История русского и зарубежного искусства**

**Квалификация (степень) выпускника: бакалавр**

**Форма обучения: очная/заочная**

*(РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов)*

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Цели** дисциплины «Культура массовых коммуникаций»:

Выработка у студентов целостного представления о природе, содержании и динамике теоретических представлений о массовой коммуникации, познакомить с категориальным аппаратом данной области знания, показать место и роль культуры массовых коммуникаций в современной России и мире.

**Задачи:**

- получение студентами комплекса знаний о функционировании массовой коммуникации в обществе на основе междисциплинарного подхода к данной культурной области;
- ознакомление студентов с основными понятиями культуры массовых коммуникаций;
- ознакомление студентов с основными теоретическими исследованиями зарубежных и отечественных ученых по изучаемой проблематике;
- формирование навыков исследования современных СМИ;
- получение студентами знаний в области государственной информационной политики в России и мире;
- формирование представления о механизмах и технологиях медиавоздействия на индивида и общество;
- ознакомление студентов с особенностями функционирования рекламной и PR коммуникаций;
- привитие навыков работы с научной литературой и различными информационными ресурсами, отражающими проблемы исследования в области теории и практики массовых коммуникаций;
- выявление потенциальных возможностей и профессионально важных качеств у студентов для успешного взаимодействия со средствами массовой коммуникации.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Культура массовых коммуникаций» принадлежит части, формируемой участниками образовательных отношений. При ее изучении студенты опираются на теоретические и конкретно-исторические знания, полученные в результате освоения ряда дисциплин Основной образовательной программы («Введение в специальность», «Информационная культура личности»). Важным является также владение полученными в процессе освоения вышеперечисленных дисциплин навыками сбора и анализа информации, а также анализа текстовых и визуальных источников. Содержание дисциплины «Культура массовых коммуникаций» и ее место в профессиональной подготовке культуролога тесно связано с содержанием дисциплин «Межкультурные коммуникации» и «Современные культурные процессы и проблемы».

Дисциплина «Культура массовых коммуникаций» необходима для последующего успешного освоения таких дисциплин, как «Культура повседневности», «Прикладная культурология».

## **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Название компетенции	Индикатор компетенции	Составляющие компетенции
ПК 1 Готовность к проектной работе в различных сферах социально-культурной деятельности, способность разрабатывать социокультурные проекты с учетом конкретных заданных параметров	<p>ПК-1.1. Владеет приемами проектных технологий в социокультурных сфере с учётом конкретных заданных параметров</p> <p>ПК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленных задач в стратегии государственной культурной политики;</p> <p>ПК-1.3. Ориентируется в теориях, подходах, школах, концепциях отечественной культуросоциальной мысли</p>	<p><b>В результате освоения дисциплины обучающиеся должны</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <p>методы проектной работе в различных сферах социально-культурной деятельности;</p> <p>приемы проектных технологий в социокультурных сфере с учётом конкретных заданных параметров</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>разрабатывать социокультурные проекты с учетом конкретных заданных параметров;</p> <p>осуществлять поиск информации для решения поставленных задач в стратегии государственной культурной политики</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>знаниями о теориях, подходах, школах, концепциях отечественной культуросоциальной мысли;</p> <p>приемами проектных технологий в социокультурных сфере с учётом конкретных заданных параметров</p>
ПК-5 Применение знаний в области истории искусства для определения актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности в деятельности СМИ культурно-просветительской направленности	<p>ПК-5.1. Владеет знаниями для определения актуальности нового продукта и его художественной ценности</p> <p>ПК-5.2 Выявляет и изучает культурные запросы участников художественного процесса, определяет тенденции в культурно-просветительской сфере</p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>культурные запросы участников художественного процесса;</p> <p>историю искусств для определения актуальности нового продукта и его художественной ценности</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>определять тенденции в культурно-просветительской сфере, в том числе СМИ;</p> <p>применять знания в культурно-просветительской деятельности.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>знаниями в области истории искусства для определения актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности в культурно-просветительской</p>

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4.1 Объем дисциплины

Объем (общая трудоемкость) дисциплины «Культура массовых коммуникаций» составляет 3 з.е., 108 акад. часов, из них: контактных – 34 акад.ч., СРС – 38 акад.ч., контроль – 36 акад.ч. (очная форма обучения); контактных – 18 акад.ч., СРС – 63 акад.ч., контроль – 27 акад.ч. (заочная форма обучения).

**4.2. Структура дисциплины для очной формы обучения.**

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Контроль	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)/в т.ч. в активных и интерактивных формах				Формы текущего контроля успеваемости
				ЗЛТ	ЗСТ	ИКР	СРС	
1.	Введение в изучение массовой коммуникации. Понятие массовой коммуникации, культуры массовых коммуникаций	2	3	2		2	4	
2.	Динамика развития теоретических исследований в области массовой коммуникации Теоретические проблемы междисциплинарного изучения культуры массовой коммуникации	2	3	2		2	4	
3.	Структурные составляющие процесса коммуникации.	2	3	2	2	2	4	
4.	Информация в коммуникативном процессе. Современная информационная политика в России	2	3	4		2	4	
5.	Развитие системы современных средств и технологий массовой коммуникации. Медиапланирование	2	3	4		2	4	
6.	Эффекты и феномены культуры массовых коммуникаций.	2	4	4			4	
7.	Массовая коммуникация как социальное действие. Массмедиа в системе отношений общества и власти.	2	4	4	2	2	4	Тест
8.	PR и реклама в коммуникативном процессе и как особая форма массовой коммуникации	2	4	4	4	2	5	
	<b>Общее количество часов 108</b>		27	26	8	14	33	<b>Экзамен</b>

**Структура дисциплины для заочной формы обучения.**

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Контроль	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)/в т.ч. в активных и интерактивных формах				Формы текущего контроля успеваемости
				ЗЛТ	ЗСТ	ИКР	СРС	
1.	Введение в изучение массовой коммуникации. Понятие массовой коммуникации, культуры массовых коммуникаций	3	1	1		2	12	
2.	Динамика развития теоретических исследований в области массовой коммуникации Теоретические проблемы междисциплинарного изучения культуры массовой коммуникации	3	1			2	12	
3.	Структурные составляющие процесса коммуникации.	3	1		1	2	12	
4.	Информация в коммуникативном процессе. Современная информационная политика в России	3	1	1		2	12	
5.	Развитие системы современных средств и технологий массовой коммуникации. Медиапланирование	3	1			2	12	
6.	Эффекты и феномены культуры массовых коммуникаций.	3	1				11	
7.	Массовая коммуникация как социальное действие. Массмедиа в системе отношений общества и власти.	3	1	1		2	10	Тест
8.	PR и реклама в коммуникативном процессе и как особая форма массовой коммуникации	3	2	1	1	2	10	
	<b>Общее количество часов 108</b>		9	4	2	14	91	<b>Экзамен</b>

#### 4.3. Содержание разделов дисциплины

##### **Тема 1. Введение в изучение массовой коммуникации. Понятие коммуникации, массовой коммуникации, культуры массовых коммуникаций**

Роль массово-коммуникативных процессов в современном социокультурном развитии общества. Понятие коммуникации. Функции, единицы, категории коммуникации. Виды

коммуникации. Содержание и этапы коммуникативного процесса. Коммуникативный акт. Понятие коммуникативного пространства

Понятие массовой коммуникации. Объективные условия возникновения массовой коммуникации. Функции массовой коммуникации. Особенности информационных процессов в обществах традиционного и современного типа. Характеристики массовой коммуникации. Социальные задачи массовой коммуникации. «Коммуникационные революции».

Культура массовых коммуникаций: определение. Условия формирования культуры массовых коммуникаций. Факторы, влияющие на формирование и развитие культуры массовых коммуникаций. Культура массовых коммуникаций как система. Характерные черты и особенности культуры массовых коммуникаций информационной эпохи. Функции медиаккультуры.

## **Тема 2. Динамика развития теоретических исследований в области массовой коммуникации**

Массовая коммуникация как предмет научного анализа. Основные направления, категории, принципы исследования культуры массовых коммуникаций.

Теория массовой коммуникации как исследовательская дисциплина; её взаимосвязь с философией, социологией, психологией, семиотикой, культурологией и другими науками. Основные подходы к осмыслению коммуникативных процессов.

Основные этапы развития исследований в области коммуникации. Научные школы XX века по вопросам коммуникации.

*Чикагская школа* (Р. Пак, Е. Бургесс, Н. Андерсон, А. Бёрджесс, Г. Лассауэлл и др.) Г. Лассауэлл и его вклад в развитие социологии средств массовой информации.

*Франкфуртская школа* (М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Ф. Поллок, В. Бенджамин, Ю. Хабермас, Г. Маркузе, Э. Фромм и др.) и её «критическая теория». «Индустриальная культура» в работе М. Хоркхаймера и Т. Адорно «Диалектика просвещения» (1944). Проблемы коммуникативной компетентности в работах Ю. Хабермаса.

Развитие исследований массовой коммуникации в 60-х годах. Переосмысление идей марксизма в трудах Л. Альтюсера. Изучение взаимосвязи коммуникации с развитием общества в Бирмингемском университете (Р. Хогарт, Э. Томпсон, С. Холл).

Основные направления в понимании сущности, определении социальной роли и содержания массовой коммуникации в XX веке. Функционалистское направление. Особенности функционирования СМИ и эффективность массовой коммуникации. Методология эффективности массовой коммуникации. Социокультурное направление. Проблема возникновения и трансформации массового общества и массовой культуры. Массовая культура в концепциях современных исследователей.

Концепция постиндустриализма как исследовательское направление современных массовых коммуникативных процессов.

Теоретические исследования коммуникации в России. Основные трудности в развитии отечественной теории массовых коммуникаций. Массовая коммуникация в трудах российских мыслителей: П. Флоренского, Н. Федорова, В. Вернадского, Л. Выгодского, М. Бахтина, А. Лосева. Проблемы коммуникации в работах отечественных исследователей Г. Шпета, Р. Якобсона, Ю. Лотмана, Э. Багирова, Ю. Борева, Ю. Буданцева, В. Березина, Г. Почепцова Н земляновой и др.

## **Тема 3. Структурные составляющие процесса коммуникации**

Структурные элементы коммуникативного процесса: коммуникатор (адресант), аудитория (реципиент), канал коммуникации, сообщение. Роль коммуникатора в коммуникативном процессе. Профессионализм коммуникатора. Факторы аудитории и эффективность влияния на неё. Сообщение как основной элемент коммуникации.

Канал коммуникации и особенности его выбора. Структура системы СМИ. Типологическая структура СМИ. Печать в системе СМИ, основные характеристики и способы воздействия на аудиторию. Радио, его особенности как средства массовой коммуникации. Телевидение в системе СМИ, отличительные характеристики, способы, формы и методы деятельности. Жанры, используемые в СМИ: информационные, аналитические, сатирические, художественной публицистики. Интернет как специфическая структура в системе массовых коммуникаций.

Кодирование и декодирование информации в процессе коммуникации. Шумы в коммуникативном процессе. Возможность расширения системы и образования новых элементов и подсистем в связи с влиянием социально-экономических, национальных, региональных и иных факторов и связей.

Информационные агентства и службы связи с общественностью. Рекламные агентства. Социологические службы как структуры, участвующие в обеспечении обратной связи с аудиторией.

Концепции подходов к моделированию структуры коммуникативного процесса. Модель коммуникативного процесса Аристотеля. Коммуникативный процесс с точки зрения Я.А. Коменского. Основные модели коммуникаций. Классическая модель массовой коммуникации В. Шрама. Три уровня коммуникации в математической модели К. Шеннона и У. Уинвера. Обратная связь в кибернетической модели Н. Винера. Социальнопсихологическая модель Т. Ньюкомба. Модели массового коммуникативного процесса, разработанные отечественными исследователями.

#### **Тема 4. Информация в коммуникативном процессе. Современная информационная политика в России**

Понятие информации. Многообразие интерпретаций понятия информации в науке. Информация и эволюция. Классификации информации. Социальная информация и её значение в жизни общества. Понятия энтропии и негэнтропии.

Понятие массовой информации, её особенности и характерные черты. Проблемы передачи и интерпретации сообщений в массовой коммуникации. Объективность в передаче сообщений и субъективность их трактовки коммуникатором. Информационная насыщенность коммуникативного действия. Концепция «Глобальной деревни» М. МакЛюэна.

Информационное пространство и его характеристики. Функции информационного пространства.

Возрастание роли информации в современном обществе. Теории «информационного общества». Характерные черты и признаки информационного общества. Информационный образ жизни.

Особенности государственной информационной политики в период формирования информационного общества в России. Концепция государственной информационной политики в современных условиях. Средства массовой информации и совершенствование государственной информационной политики. Информационные войны. Доктрина информационной безопасности России.

## **Тема 5. Развитие системы современных средств и технологий массовой коммуникации. Медиапланирование**

Современные средства массовой коммуникации: сущность и структура. Газетный рынок в России и мире. Тенденции развития электронных СМИ. Информационные издания на рынке печати. Характеристики массовой «глянцевой» печатной продукции. Состояние региональных СМИ: характерные черты и проблемы. Функции прессы как отражение реальных потребностей социальных институтов и аудитории.

Новые информационные технологии и современные СМИ. Характерные черты новых информационных технологий. Гипермедиа и условия их функционирования. Интерактивные средства массовой коммуникации. Понятие информационных систем.

Транснациональные экономические и информационные потоки в современном мире и влияние их на национальные культуры. Глобализация информационных процессов на современном этапе. Изменения на мировом медиарынке.

Понятие медиапланирования, его задачи и функции. Критерии эффективности медиапланирования. Медиастратегия как часть коммуникативной стратегии компании. Типы медиастратегий. Разработка медиастратегии.

## **Тема 6. Эффекты и феномены культуры массовых коммуникаций**

Феномен культуры. Массовая коммуникация как явление в пространстве массовой культуры. Понятие эффекта массовой коммуникации. Исследования эффектов массовой коммуникации. Модели медиаэффектов. Коммуникативные артефакты массовой культуры. Общественное сознание и общественное мнение. Принципы медиавоздействия на аудиторию. Модели медиавоздействия. Факторы воздействия средств массовой информации на аудиторию. Особенности мифологической коммуникации. Коммуникативные функции и свойства мифов. Особенности мифологических текстов.

## **Тема 7. Массовая коммуникация как социальное действие. Массмедиа в системе отношений общества и власти**

Место средств массовой коммуникации в обществе. Государственные и негосударственные средства массовой информации. Средства массовой информации как "четвертая власть". Модели социальной ответственности средств массовой информации. Роль средств массовой информации в формировании общественного мнения. Методы влияния масс-медиа на массовое сознание. Влияние СМИ на формирование ценностных ориентиров общества. Доверие к средствам массовой информации в обществе. Информационные потребности общества. Место СМИ в системе связей с общественностью.

Взаимодействие средств массовой информации и государственной власти. Государственная политика в области средств массовой информации в мире и Российской Федерации. Концепция государственной информационной политики России. Международное и российское законодательство о СМИ. Региональные аспекты взаимоотношений местной власти со средствами массовой информации. Специфика проблемы свободы слова и информации в массовой коммуникации. Социально-политические и юридические аспекты осуществления принципа свободы слова и информации. Организация лоббистских кампаний через средства массовой информации.

## **Тема 8. PR и реклама в коммуникативном процессе**

Возникновение и развитие рекламы. Понятие, сущность, задачи и функции рекламы. Реклама как массовое явление. Классификация типов и видов рекламы. Средства и каналы распространения рекламы. Рекламное сообщение, его структура, форма, стиль. Коммуникативный процесс в рекламной деятельности. Роль и задачи рекламы в

современных условиях. Рынок рекламных услуг в России. Законодательные основы рекламной деятельности. Способы регуляции рекламы в обществе.

Общая характеристика PR-деятельности. Развитие западного и российского PR. Понятие, сущность, задачи и функции публик рилейшнз. Особенности действия публик рилейшнз в экономической, политической и социальной сферах. Сетевые ресурсы PR-коммуникаций. Виды PR-технологий. Связи с общественностью и деятельность средств массовой коммуникации. Правовые аспекты связей с общественностью. PR- и рекламная кампании, методы оценки их эффективности.

## 1. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Введение в изучение массовой коммуникации. Понятие коммуникации, массовой коммуникации, культуры массовых коммуникаций	Лекция 1.  Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов
2.	Динамика развития теоретических исследований в области массовой коммуникации Теоретические проблемы междисциплинарного изучения культуры массовой коммуникации	Лекция 2  Самостоятельная работа	лекция с использованием видеоматериалов
3.	Структурные составляющие процесса коммуникации.	Лекция 3.  Семинар 1.  Самостоятельная работа	лекция с использованием видеоматериалов Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.
4.	Информация в коммуникативном процессе. Современная информационная политика в России	Лекция 4.  Самостоятельная работа	лекция с использованием видеоматериалов
5.	Развитие системы современных средств и технологий массовой коммуникации. Медиапланирование	Лекция 5.  Самостоятельная работа	лекция с использованием видеоматериалов
6.	Эффекты и феномены культуры массовых коммуникаций.	Лекция 6.  Самостоятельная работа	лекция с использованием видеоматериалов
7.	Массовая коммуникация как социальное действие. Массмедиа в системе отношений общества и власти.	Лекция 7  Семинар 2.	лекция с использованием видеоматериалов Опрос, развернутая беседа с обсуждением

		<i>Самостоятельная работа</i>	<i>доклада/презентации.</i>
8.	PR и реклама в коммуникативном процессе и как особая форма массовой коммуникации	<i>Лекция 8. Семинар 3. Семинар 4. Самостоятельная работа</i>	<i>лекция с использованием видеоматериалов  Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.</i>

При проведении учебных занятий организация обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей)

При проведении лекционных занятий используется методика, позволяющая сформировать у студентов способность к решению стандартные задачи профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности. Знания, получаемые в ходе изучения дисциплины оказываются критически важными для применения в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике. Тем самым компетентный подход в образовании предполагает использование различных технологий обучения, способствующих формированию знаний, умений, навыков специалистов. Традиционная **лекционная форма** работы ориентирована на объяснение материала, чтобы студент смог применять полученные знания в области профессиональной деятельности и социальной практике. Также лекция является действенным способом решения стандартных задачи профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности. Лекция является важной формой трансляции государственной культурной политики Российской Федерации, а потому адекватно подходит к формированию способности у студента ориентироваться в проблематике современной государственной культурной политики Российской Федерации.

Методика критического мышления, когда по одному и тому же вопросу высказываются и анализируются различные точки зрения. При проведении практических (семинарских) занятий используется форма диалога, целью которого является формирование дискуссионной модели образования, а также формирование и развитие навыков публичных выступлений.

Помимо классической организации лекционных и семинарских занятий, в курсе активно используется интерактивная технология **«мозгового штурма»** на семинарских занятиях с привлечением дополнительных дидактических материалов. Преподаватель включается в финальную часть и предлагает сравнить выработанные определения с имеющимися в учебной литературе. Данная технология позволяет студентам получить практический опыт формирования визуально-аудиальной конструкции текста, позволяющей точно выразить свою мысль, что в свою очередь способствуют формированию такой компетенции как владение теоретическими основами и методами культурологии, категориями и концепциями, связанными с изучением культурных форм, процессов, практик,

способности применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике.

Также используется **кейс-метод**. Студентам предлагается задание для обсуждения в группе на ограниченный период времени семинарского занятия. Групповой ответ выносится на обсуждение, итоги подводит преподаватель. Групповая работа используется на семинарских занятиях. Основным критерием успешной работы студента является умение грамотно формулировать позицию организации или социальной группы по отношению к острой социальной проблеме. На втором этапе занятия преподавателю необходимо корректно и четко организовывать дискуссию с тем, чтобы не оказывать давления на студенческие группы по существу излагаемых позиций в ходе дискуссии, но в то же время привести ее к логическому завершению к концу семинарского занятия.

**Самостоятельная работа студентов** Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества знаний и для обсуждения на семинарских занятиях.

1. Предмет и объект культурологического исследования массовых коммуникаций.
2. Понятие массовой коммуникации.
3. Каковы причины и предпосылки возникновения массовой коммуникации?
4. Какова специфика массовых коммуникаций в обществах античной и средневековой Европы?
5. Массовая коммуникация в древних и средневековых обществах Востока.
6. Какова структура науки о массовых коммуникациях?
7. В чем состоит роль социологии в исследовании массовых коммуникаций?
8. Зарубежные исследования массовых коммуникаций.
9. Какие основные научные школы XX века исследовали массовую коммуникацию?
10. Отечественные исследования массовых коммуникаций.
11. Каковы основные принципы марксистской теории массовых коммуникаций?
12. Виды массовых коммуникаций.
13. Каковы функции массовой коммуникации?
14. Какое место занимают СМИ в системе массовых коммуникаций?
15. Особенности СМИ как массовой коммуникации.
16. Система массовых коммуникаций и социальное управление.
17. Понятие массово-коммуникативного процесса.
18. Массовая информация, её характеристика и виды.
19. Социальная информация.
20. Информационное общество. Каковы характеристики информационного общества?
21. В чем состоит концепция государственной информационной политики в современной России?
22. Информационная безопасность и информационные войны.
23. Понятие коммуникативного акта.
24. Общение как элемент массово-коммуникативного процесса.
25. Каковы методы информационного воздействия на аудиторию?
26. Факторы эффективности деятельности массовых коммуникаций.
27. Массовое сознание и массовые коммуникации.
28. Качественные и количественные критерии в определении массового сознания.
29. Индивидуальное, групповое, обыденное сознание.
30. Общественное мнение и коммуникативное влияние на его формирование.

31. Возникновение и эволюция PR и рекламных коммуникаций в обществе.
32. Эффекты и эффективность PR и рекламной деятельности.
33. Какое место занимают PR и реклама в коммуникативном процессе?
34. Виды рекламы и их особенности.
35. Массовые коммуникации как социальный институт.
36. Как СМИ влияют на формирование общественного мнения?
37. В чем сущность, содержание и формы массовых коммуникаций?
38. Типы средств массовых коммуникаций.
39. Каковы этические нормы в деятельности системы массовых коммуникаций?
40. Какова структура системы средств массовых коммуникаций.
41. Печать в системе средств массовых коммуникаций.
42. Радио в системе средств массовых коммуникаций.
43. Телевидение в системе средств массовых коммуникаций.
44. Какое место занимает Интернет в системе средств массовых коммуникаций?
45. Понятие и структура жанров массовой коммуникации.
46. Субъекты массово-коммуникативной деятельности.
47. Объекты массово-коммуникативной деятельности.
48. СМИ как механизм взаимодействия общества и власти.
49. Какое место занимают СМИ в системе связей с общественностью?
50. В чем сущность свободы деятельности системы массовых коммуникаций?
51. Четыре концепции свободы прессы.
52. Свобода и ответственность в деятельности массовых коммуникаций.
53. Зависимая и независимая пресса.

### **Примерные вопросы для подготовки к экзамену (очная и заочная форма обучения)**

1. Массовые коммуникации и их роль в социальных процессах.
2. Исторические предпосылки возникновения систем массовой коммуникации.
3. Массовые коммуникации Античности.
4. Массовые коммуникации средневековой Европы.
5. Массовая культура европейского средневековья.
6. Массовые коммуникации мусульманского Востока.
7. Университетское сообщество Европы средних веков и раннего нового времени в системе массовых коммуникаций своей эпохи.
8. Журналистика как составная часть содержания массовых коммуникаций.
9. Место и роль массовых коммуникаций в коммуникативном пространстве.
10. Роль массовых коммуникаций в интеграции общества.
11. Массовые коммуникации и социальное управление.
12. Модели и методы массовых коммуникаций как формы социального управления.
13. Теория партиципаторных массовых коммуникаций.
14. Массовые коммуникации как социальный процесс.
15. Информационное пространство.
16. Информация и её роль в массово-коммуникативном процессе.
17. Теории информационного общества.

18. Информационные потребности общества и современные реалии.
  19. Современная информационная политика в России.
  20. Информационная безопасность.
  21. Информационные войны.
  22. Инструментарий массовой информации.
  23. Методы информационного воздействия на аудиторию.
  24. Факторы эффективности воздействия массовых коммуникаций.
  25. Массовое сознание и его роль в деятельности массовых коммуникаций.
  26. Теоретические аспекты исследования массового сознания.
  27. Общественное мнение как объект коммуникативного воздействия.
  28. PR как способ воздействия и формирования общественного мнения.
  29. Факторы эффективности деятельности средств массовых коммуникаций.
  30. Массовая информация как средство деятельности массовых коммуникаций.
  31. Публицистика как тип творчества.
  32. Массовые коммуникации как социальный институт.
  33. Система массовых коммуникаций как форма социального контроля.
  34. Понятие «четвёртой власти» в деятельности массовых коммуникаций.
  35. Правовые нормы в деятельности средств массовых коммуникаций.
  36. Этические нормы в деятельности средств массовых коммуникаций.
  37. Структура системы средств массовых коммуникаций.
  38. Коммуникатор как субъект деятельности массовых коммуникаций.
  39. Проблема свободы журналистской деятельности.
  40. Власть и пресса: грани взаимодействия.
  41. Концепции свободы прессы.
  42. Проблема ответственности прессы.
  43. Государственное регулирование свободы печати и плюрализм мнений.
  44. Роль массовых коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости общества.
  45. Массовая аудитория как субъект деятельности массовых коммуникаций.
  46. Функции системы массовых коммуникаций.
  47. Методы социологических исследований аудитории.
  48. Особенности анализа печати.
  49. Особенности анализа радио и телевидения.
  50. Социологические методы изучения средств массовой коммуникации.
  51. Рейтинги, шер и экспертная оценка теле- и радиопередач.
  52. Интернет как специфический канал массовых коммуникаций.
- Информация в Интернете: качество и эффективность.

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Аттестация студентов осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе.

В процессе изучения дисциплины предусмотрены следующие виды контроля знаний студентов:

- текущая аттестация;
- промежуточная (семестровая) аттестация.

На практических занятиях ведётся текущий контроль в форме фронтального опроса, дискуссии по основным направлениям изучаемой темы, проверяется выполнение домашнего задания.

Промежуточной формой контроля является экзамен.

Учебным планом направления предусмотрены следующие формы контроля качества знаний студентов: экзамен..

Рубежный контроль является одним из этапов проверки знаний студентами. Он проводится в виде устного или письменного опроса по темам, пройденным студентами. Экзамен проводится по предварительно предоставленным студентам вопросам, выбираемым преподавателем с учетом посещения студентом лекционных и семинарских занятий. Если какое-либо занятие было пропущено, а студент ответил на вопрос экзамена, то проставляется оценка.

### 6.1. Система оценивания<sup>1</sup>

Система оценивания может быть представлена как в текстовой, так и в табличной форме.

Например,

Форма контроля	Компетенция	Оценка
Текущий контроль: - опрос - участие в дискуссии на семинаре - тест	ПК-1, ПК-5	зачтено/не зачтено зачтено/не зачтено
	ПК-1, ПК-5	отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно
Промежуточная аттестация (экзамен, )	ПК-1, ПК-5	отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно зачтено /не зачтено зачтено (отлично, хорошо, удовлетворительно)/ не зачтено

Оценка знаний студентов, проявленных на экзамене, базируется на следующих критериях:

### 6.2. Критерии оценки результатов по дисциплине

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если компетенция(ии), закрепленная за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/ результатам обучения в формате знать-уметь-владеть) в полном объеме на уровне «высокий», и обучающийся демонстрирует как результат обучения следующие знания, умения и навыки: обучающийся глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, продемонстрировал это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный

<sup>1</sup> Система оценивания выстраивается в соответствии с учебным планом, где определены формы промежуточной аттестации (зачёт/зачёт с оценкой/экзамен), и структурой дисциплины, где определены формы текущего контроля. Указывается оценка по формам текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
	<p>материал, умеет сочетать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>
<p>«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»</p>	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «хороший».</p>
<p>«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»</p>	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».</p>
<p>«неудовлетворительно»/ не зачтено</p>	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

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

Тест проводится в электронной среде вуза, открывается в определенное в расписании время экзамена. Время выполнения – 40 минут, ограничение – 1 попытка.

№	Компетенция (часть компетенции)	Вопрос	Варианты ответов
1	ПК-1.	1. Массовые	а – диалог культур

	Готовность к проектной работе в различных сферах	коммуникации - это	б – обмен информацией в – социальные контакты г – другое (напишите)
2	социально-культурной деятельности, способность разрабатывать социокультурные проекты с учетом конкретных заданных параметров	2. Выделите основные виды массовой коммуникации	а – вербальная, невербальная; политическая, художественная, религиозная, научная, социальная. б – профессиональные, производственная, молодежная, досуговая...
3	<i>ПК-5</i> Применение знаний в области истории искусства для определения актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности в деятельности СМИ	3. Структура массовой коммуникации	а - коммуникаторы, массовая информация, средства передачи массовой информации, реакция аудитории. б – массовая информация, средства передачи массовой информации, массовые аудитории, реакция аудитории
4	культурно-просветительской направленности	4. Функции массовой коммуникации	а - информационная, регулирующая, культурологическая, социализирующая; б- информационная, регулирующая, культурологическая; в – другое, напишите.
5		5. Создатели теорий массовой коммуникации	а - Ласуэлл, Лазарсфельд, Маккуэйл, Маклюэн, П. Бурдье, Т.В. Науменко, М.Кастельс, Ф.Фукуяма; б – Н. Луман, Д. Белл, А. Э.Тоффлер; в- другое, напишите
6		6. Компоненты информационного общества	а- государство, экономика, политика, доступ к информации; б - управление, экономика, политика, информационные технологии, доступ к информации.
7		7. Автор теории стереотипов	а - Ласуэлл б – Маклюэн в – Иноземцев г - Липпман
8		8. Представители франкфуртской школы о массовой коммуникации и информации	а.- М.Хоркхаймер, Т. Адорно, Г. Маркузе, Ю.Хабермас; б – О.Шпенглер, Э.Юнгер, М.Хоркхаймер, Т. Адорно,

		Г. Маркузе, Ю.Хабермас.
9	9. Т.Парсонс указывал на роль:	а - информационного обмена взаимодействующих систем и подсистем; б – сетевой коммуникации; в – другое, напишите.
10	10. Укажите факторы влияния на реципиента:	а. – реклама, PR, web-дизайн, коммуникативность, содержательность; б- - администрирование, регулирование, коммуникация, информация

## 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины.

### 7.1. Список литературы и источников

#### Основная литература

1) Абрамов А. П. , Боев Е. И. , Каменский Е. Г. Социология управления: учебное пособие для студентов вузов 2015 – 385с. [

[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=235088&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=235088&sr=1) ])

2) Кашкин, Вячеслав Борисович. Введение в теорию коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по направл. подгот. 032700 "Филология" / В. Б. Кашкин. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. : ФЛИНТА : Наука, 2016. - 224 с. 3) Костромина Е. А.Изучение рекламы как средства массовых коммуникаций : социолингвистический аспект: сборник статей М., Берлин: Директ-Медиа, 2014-92 с. [

[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=272546&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=272546&sr=1) ]

4) Никулина С. А.Психология массовой коммуникации: учебное пособие М.: ДиректМедиа, 2014 -170 с. [ [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=235650&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=235650&sr=1) ]

5) Шарков, Феликс Изосимович. Коммуникология. Основы теории коммуникации: учебник для студентов вузов, обуч. по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - 4-е изд. - М. : Дашков и К°, 2017. - 488 с

#### Дополнительная литература

Абдеев, Р.Ф. Философия информационной цивилизации / Р.Ф. Абдеев. – М.,1994.

Багиров, Э.Г. Место телевидения в системе СМИ и пропаганды / Э.Г. Багиров. – М.,1976.

Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции: учеб пособие для студентов вузов / Г.П. Бакулев. – 2-е изд., переработ.и доп.. – М.: Аспект-Пресс, 2010.

Барт, Р. Мифологии / Р. Барт. – М., 1996.

Беглов, С.И. Империя меняет адрес. Британская печать на рубеже тысячелетий / С.И. Беглов. – М.,1997.

Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. – М., 1999.

Березин, В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. – М.: РИП-холдинг: 2003. – 174 с.

Блэк, С. Паблик рилейшнз. Что это такое? / С. Блэк. – М., 1990.

- Гнатюк, О.И. Основы теории коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов / О.И. Гнатюк. – М.: КНОРУС. 2010.
- Богомолова, Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов / Н.Н. Богомолова. – М.: Аспект-Пресс, 2010.
- Брайант, Д. Основы воздействия СМИ / Д. Брайант, С. Томпсон. – М.: ИД «Вильямс», 2004.
- Богомолова, Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации / Н.Н. Богомолова. – М.: Аспект-Пресс, 2008.
- Бореев, В.Ю. Культура и массовая коммуникация / Ю.В. Борев, А.В. Коваленко. – М., 1988.
- Буданцев, Ю.П. Социология массовой коммуникации / Ю.П. Буданцев. – М., 1995.
- Вартанова, Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Учебное пособие / Е.Л. Вартанова. – М.: Аспект-Пресс, 2003.
- Головко, Б.Н. Масс-медиа России: историко-политический очерк теории и практики / Б.Н. Головко. – М., 1999.
- Гостев, А.А. Психологические проблемы эффективного идеологического воздействия средствами телевидения и радиовещания / А.А. Головко, В.Г. Зазыкин. – М., 1989.
- Грушин, Б.А. Массовое сознание / Б.А. Грушин. – М., 1987.
- Гуревич, П.С. Приключения имиджа: типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия / П.С. Гуревич. – М., 1991.
- Гуревич, С.М. Экономика средств массовой информации. М., 1999.
- Дейк ванн, Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. Ван Дейк. – М., 1989.
- Доценко, Е.Л. Психология манипуляции / Е.Л. Доценко. – М., 1996.
- Дугин, Е.Я. Телекоммуникации в стране и в мире: Тенденции. Оценки. Прогноз / Е.Я. Дугин. – М., 1991.
- Егоров, В.В. Телевидение и власть / В.В. Егоров. – М., 1997.
- Емельянов, Г.В. Информационная безопасность России / Г.В. Емельянов, А.А. Стрельцов. – М., 1999.
- Жабский, М.И. Социология кино: истоки, предмет, перспективы / М.И. Жабский. – М., 1989.
- Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 28.07.2012).
- Закупень, Т.В. Правовые и организационные аспекты формирования информационного пространства государств-участников СНГ / Т.В. Закупень. – М., 1998.
- Засурский, И. Массмедиа второй республики / И. Засурский. – М., 1999.
- Зверинцев, А.Б. Коммуникационный менеджмент / А.Б. Зверинцев. – СПб., 1997.
- Землянова, Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций / Л.М. Землянова. – М., 1999.
- Землянова, Л.М. Современная американская коммуникативистика / Л.М. Землянова. – М., 1995.
- Зиновьев, А.А. Масс медиа / Запад. Феномен западнизма / А.А. Зиновьев. – М., 1995.
- Иноземцев, В.Л. Современное индустриальное общество: природа, противоречия, перспективы / В.Л. Иноземцев. – М., 2000.
- Касьянов, Ю.В. PR-кампания своими силами. Готовые маркетинговые решения (+CD) / Ю.В. Касьянов. – СПб.: Питер, 2008.
- Кин, Дж. Средства массовой информации и демократия / Дж. Кин. – М., 1994.

- Кириллова, Н.Б. Медиакультура: теория, история, практика: Учебное пособие / Н.Б. Кириллова. – М.: Академический Проект; Культура, 2008.
- Колшанский, Г.В. Текст как единица коммуникации / Г.В. Колшанский. – М., 1978.
- Конецкая, В.П. Социология коммуникации / В.П. Конецкая. – М., 1997.
- Концепция государственной информационной политики. – М., 1999.
- Коренной, А.А. Информация и коммуникация / А.А. Коренной. – Киев, 1986.
- Копылов, В.А. Информационное право: учеб. пособие / В.А. Копылов. – М., 1997.
- Кузнецов, В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учебник для студентов вузов / В.Ф. Кузнецов. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Аспект-Пресс, 2008..
- Лесничная, И. Информатика и информационные технологии / И. Лесничная, Ю. Романова. – М.: ЭКСМО, 2006.
- Луман, Н. Реальность массмедиа / Н. Луман. – М.: Практика, 2005.
- Маркузе, Г. Одномерный человек / Г. Маркузе. – Киев, 1984.
- Матвеева, Л.В. Связь с аудиторией в телекоммуникации / Л.В. Матвеева, Н.Б. Шкопов. – М., 1990.
- Мельник, Г.С. Mass Media: Психологические процессы и эффекты / Г.С. Мельник. – СПб., 1996.
- Михалкович, В.И. Изобразительный язык средств массовой коммуникации / В.И. Михалкович. – М., 1986.
- Мрочко, Л.В. Теория и практика массовой информации / Л.В. Мрочко. – М.: Инфра-М, 2005.
- Мэтис, М. Накорми зверя по имени Медиа: Простые рецепты для грандиозного паблсити / М. Мэтис. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005.
- Назаров, М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М.М. Назаров. – М., 2000.
- Назарчук, А.В. Теория коммуникации в современной философии / А.В. Назарчук. – М.: Прогресс-Традиция, 2009.
- Науменко, Т.В. Массовая коммуникация: теоретико-методологический анализ / Т.В. Науменко. – М.: Перспектива, 2003.
- Ноэль-Нойман, Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания / Э. Ноэль-Нойман. – М., 1996.
- Почепцов, Г.Г. Коммуникативные технологии XX в. / Г.Г. Почепцов. – М.; Киев, 1999.
- Пятигорский, А. Мифологические размышления: лекции по феноменологии мифа / А. Пятигорский. – М., 1996.
- Средства массовой информации в России: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект-Пресс, 2005.
- Рассохин, Д. Всемирная информационная паутина в сети Internet / Д. Рассохин, А. Лебедев. – М., 1997.
- Розанова, Ю.М. Телевидение и государство: Теоретические модели взаимодействия и российская практика / Вестник Моск.ун-та. – Сер. 18. 1999. – № 4.
- Самарцев, О.Р. Феномены глобальной коммуникации. Тенденции современного телевидения / О.Р. Самарцев. – М., 1998.
- Сапунов, Б.М. Философские проблемы массовой информации и телерадиокоммуникации / Б.М. Сапунов. – М., 1998.
- Сиберт, Ф. Четыре теории прессы / Ф. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон. – М., 1998.

Смирнова, М.Г. Социологические исследования печати, радио и телевидения в развитых капиталистических странах / М.Г. Смирнова. – М., 1984.

Средства массовой информации России: учеб. пособие для студентов вузов / М.И. Алексеева, А.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова и др.; под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект-Пресс, 2005.

Тарасов, К.А. В поисках выхода из ловушки экранного насилия // Вестник Моск.ун-та. – Сер.18. 1999. – № 4.

Терин, В.П. Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада / В.П. Терин. – М., 1999. Тоффлер, Э. Третья волна: пер. с англ. / Э. Тоффлер – М., 2002.

Трескова, С.И. Социолингвистические проблемы массовой коммуникации / С.И. Трескова. – М., 1989.

Уилхем, Д. Коммуникация и власть / Д. Уилхем. – М.,1993.

Уэбстер, Ф. Теории информационного общества / Ф.Уэбстер. – М.: Аспект-Пресс, 2004

Федотова, Л.Н. Массовая информация: стратегия и тактика потребления / Л.Н. Федотова. – М.,1996.

Федякин, И.А. Общественное сознание и массовая коммуникация в буржуазном обществе / И.А. Федякин. – М.,1988.

Фирсов, Б.М. Пути развития средств массовой коммуникации (Социологические наблюдения) / Б.М. Фирсов. – М.,1977.

Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие: пер. с нем. / Ю. Хабермас. – СПб.,2000.

Хоркхаймер, М. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты / М. Хоркхаймер, Т. Адорно. – М.,1997.

Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК: 2003. – 448 с

Шарков, Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе: учебник / Ф.И. Шарков – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К\*», 2007. – 348 с.

Шарков, Ф.И. Теория коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – М.: РИП-Холдинг, 2004.

Шарков, Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе: Учебник / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К\*, 2007.

Цуладзе, А. Большая манипулятивная игра / А. Цуладзе. – М., 2000.

## **8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **Темы семинарских занятий**

#### **Тема 1. (2 часа) Структурные составляющие процесса коммуникации. Информация в коммуникативном процессе.**

Современные средства массовой информации и тенденции их развития.

Новые информационные технологии. Функции средств массовой информации в обществе. Глобализация современных средств массовой коммуникации. Идея «нового мирового информационного порядка». Общественное сознание и общественное мнение. Функции общественного мнения.

Основные методы влияния на аудиторию (общественное мнение, дезинформация, мифы, ритуалы, стереотипы, имидж и др.) Особенности медиавоздействия на аудиторию. Основные модели медиаэффектов.

Список литературы:

Луман, Н. Реальность массмедиа / Н. Луман. – М.: Практикс, 2005.

Мрочко, Л.В. Теория и практика массовой информации / Л.В. Мрочко. – М.: Инфра-М, 2005.

Назарчук, А.В. Теория коммуникации в современной философии / А.В. Назарчук. – М.: Прогресс-Традиция, 2009.

Ноэль-Нойман, Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания / Э. Ноэль-Нойман. – М., 1996.

Средства массовой информации в России: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект-Пресс, 2005.

## **Тема 2. (2 часа) Массовая коммуникация как социальное действие**

Коммуникация как социальное действие. Коммуникативное действие и его эффективность.

Особенности массовых коммуникаций как социального института, его задачи.

Массовые коммуникации в механизме обеспечения функционирования горизонтальных и вертикальных связей в социуме.

СМИ как «четвёртая власть».

Массово-коммуникативная деятельность как форма социального контроля. Пресса и власть.

Этические нормы в массово-коммуникативной деятельности. Антисоциальные эффекты.

Список литературы:

Почепцов, Г.Г. Коммуникативные технологии XX в. / Г.Г. Почепцов. – М.; Киев, 1999.

Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие: пер. с нем. / Ю. Хабермас. – СПб., 2000.

Хоркхаймер, М. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты / М.

Хоркхаймер, Т. Адорно. – М., 1997

## **Тема 3. (4 часа) PR и реклама как особая форма массовой коммуникации**

Социальные условия возникновения и активного функционирования рекламы в обществе.

История развития публичных отношений (PR).

Реклама и PR: общее и специфические особенности.

Междисциплинарные исследования в области рекламы и PR в средствах массовой информации

СМИ как основной носитель рекламы. Коммерческая, политическая и социальная реклама в СМИ.

Медиапланирование в рекламе и PR.

Список литературы:

PR и рекламное дело в России: специфика, проблемы и тенденции развития.

Егоров, В.В. Телевидение и власть / В.В. Егоров. – М., 1997.

Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 28.07.2012).

Касьянов, Ю.В. PR-кампания своими силами. Готовые маркетинговые решения (+CD) / Ю.В. Касьянов. – СПб.: Питер, 2008.

Коренной, А.А. Информация и коммуникация / А.А. Коренной. – Киев, 1986.

### **Самостоятельная работа**

#### **8.1. Планы семинарских/практических занятий**

Самостоятельная работа является важной сферой формирования таких компетенций как способности применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике.

Самостоятельная работа студентов является важным дополнением к аудиторным занятиям и служит индивидуальному закреплению содержания курса. Целью самостоятельных занятий является прежде всего самостоятельная работа с литературой по данной дисциплине, изучение различных подходов к исследованию культуры/ Особое значение имеет приобретение навыков самостоятельного изучения источников по теме и освоение научного аппарата культурологии. При подготовке к семинарским занятиям рекомендуется использовать дополнительную литературу, способствующую более глубокому изучению курса. Допускается использование любых доступных изданий рекомендуемых источников и интернет-ресурсов.

Любой вид занятий, создающий условия для зарождения самостоятельной мысли, познавательной и творческой активности студента связан с самостоятельной работой. В широком смысле под самостоятельной работой понимают совокупность всей самостоятельной деятельности студентов как в учебной аудитории, так и вне ее, в контакте с преподавателем и в его отсутствие. Самостоятельная работа может реализовываться: непосредственно в процессе аудиторных занятий – на лекциях, практических и семинарских занятиях, при выполнении контрольных и лабораторных работ и др.; в контакте с преподавателем вне рамок аудиторных занятий – на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.; в библиотеке, дома, в общежитии, на кафедре и других местах выполнения студентом заданий.

Система высшего образования базируется на оптимальном сочетании нескольких видов учебной деятельности, в том числе лекций, практических занятий и самостоятельной работы студентов. Последний компонент является основой полноценного образования: систематическая и планомерная самостоятельная работа и желание приобрести знания являются необходимым условием превращения студента в подготовленного специалиста. Поэтому стимулирование самостоятельной, индивидуальной работы студентов представляется одним из основных направлений в совершенствовании современного высшего образования.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов (далее самостоятельная работа студентов) – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя. Внеаудиторная самостоятельная работа может осуществляться и без непосредственного участия преподавателя.

Самостоятельная работа студентов обычно складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: учебниками, нормативными материалами, историческими источниками, материалом из Интернета, а также проработка конспектов лекций;
- написание докладов, рефератов, курсовых и дипломных работ;
- участие в работе семинаров, студенческих научных конференций, олимпиад и др.;
- подготовка к экзаменам непосредственно перед ними.

Самостоятельная работа студентов является обязательной для каждого студента, а ее объем определяется Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования. В учебных планах на нее отводится не менее половины учебного времени.

При проведении семинаров и практических занятий студенты могут выполнять СРО как индивидуально, так и творческими группами, каждая из которых разрабатывает

свой проект (задачу). Публичное обсуждение и защита своего варианта решения учебной задачи повышают роль СРО и усиливают стремление к ее качественному выполнению. Данная система организации практических занятий позволяет вводить в задачи научно-исследовательские элементы, упрощать или усложнять задания.

### **Примерные вопросы для самостоятельного изучения курса, обсуждения на семинарских занятиях**

1. Массовые коммуникации и их роль в социальных процессах.
2. Исторические предпосылки возникновения систем массовой коммуникации.
3. Массовые коммуникации Античности.
4. Массовые коммуникации средневековой Европы.
5. Массовая культура европейского средневековья.
6. Массовые коммуникации мусульманского Востока.
7. Университетское сообщество Европы средних веков и раннего нового времени в системе массовых коммуникаций своей эпохи.
8. Журналистика как составная часть содержания массовых коммуникаций.
9. Место и роль массовых коммуникаций в коммуникативном пространстве.
10. Роль массовых коммуникаций в интеграции общества.
11. Массовые коммуникации и социальное управление.
12. Модели и методы массовых коммуникаций как формы социального управления.
13. Теория партиципарных массовых коммуникаций.
14. Массовые коммуникации как социальный процесс.
15. Информационное пространство.
16. Информация и её роль в массово-коммуникативном процессе.
17. Теории информационного общества.
18. Информационные потребности общества и современные реалии.
19. Современная информационная политика в России.
20. Информационная безопасность.
21. Информационные войны.
22. Инструментарий массовой информации.
23. Методы информационного воздействия на аудиторию.
24. Факторы эффективности воздействия массовых коммуникаций.
25. Массовое сознание и его роль в деятельности массовых коммуникаций.
26. Теоретические аспекты исследования массового сознания.
27. Общественное мнение как объект коммуникативного воздействия.
28. PR как способ воздействия и формирования общественного мнения.
29. Факторы эффективности деятельности средств массовых коммуникаций.
30. Массовая информация как средство деятельности массовых коммуникаций.
31. Публицистика как тип творчества.
32. Массовые коммуникации как социальный институт.
33. Система массовых коммуникаций как форма социального контроля.
34. Понятие «четвёртой власти» в деятельности массовых коммуникаций.
35. Правовые нормы в деятельности средств массовых коммуникаций.
36. Этические нормы в деятельности средств массовых коммуникаций.
37. Структура системы средств массовых коммуникаций.
38. Коммуникатор как субъект деятельности массовых коммуникаций.
39. Проблема свободы журналистской деятельности.
40. Власть и пресса: грани взаимодействия.
41. Концепции свободы прессы.
42. Проблема ответственности прессы.

43. Государственное регулирование свободы печати и плюрализм мнений.
44. Роль массовых коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости общества.
45. Массовая аудитория как субъект деятельности массовых коммуникаций.
46. Функции системы массовых коммуникаций.
47. Методы социологических исследований аудитории.
48. Особенности анализа печати.
49. Особенности анализа радио и телевидения.
50. Социологические методы изучения средств массовой коммуникации.
51. Рейтинги, шер и экспертная оценка теле- и радиопередач.
52. Интернет как специфический канал массовых коммуникаций.
53. Информация в Интернете: качество и эффективность.

### **Учебно-методические указания для студентов по освоению дисциплины**

Самостоятельное выполнение практических заданий обеспечивает закрепление и углубление теоретических знаний, полученных в процессе самостоятельной работы студента с литературой.

Подготовка к практическим занятиям позволяет: расширить кругозор; ознакомиться со значительным количеством литературы; способствует приобретению студентами навыков самостоятельного творческого решения практических задач; развивает мышление; приобщает будущего бакалавра к практической деятельности в рамках выбранного направления. В качестве самостоятельной работы предполагается подготовка коротких сообщений, поиск информации в сети Интернет, групповая работа над ситуационными проектами.

### **Вопросы для самостоятельной подготовки студентов к занятиям**

#### **Тема 1. Виды массовой коммуникации (подготовка материалов для практических занятий).**

Виды коммуникации и их особенности. Вербальная и невербальная коммуникации. Межкультурная коммуникация. Мифологическая коммуникация. Художественная коммуникация. Социальная коммуникация. Политическая коммуникация.

#### **Тема 2. Исторические обоснования исследования массовой коммуникации (подготовка материалов для практических занятий).**

Принципы исследования культуры и массовой коммуникации в контексте социально-исторического развития общества. Теории средств массовой коммуникации. Исследования массовой коммуникации западными и российскими учеными. Методы исследования эффективности массовой коммуникации.

#### **Тема 3. Структура массовой коммуникации (подготовка материалов для практических занятий).**

Средства массовой коммуникации и средства массовой информации. Структура СМИ. Специфические особенности бумажных СМИ. Новые возможности электронных СМИ. Перспективные направления использования Интернет-ресурсов государством, обществом и индивидом.

#### **Тема 4. Массовая информация и информационное общество (подготовка материалов для практических занятий).**

Предпосылки формирования информационного общества. Информация как основная социальная ценность общества. Теоретические исследования о роли информации и информационных технологий Г. Мердока, А. Турена, М. Хоркхаймера, Ю. Хабермаса, М. Мак-Люэна, Д. Белла, А. Тоффлера и др. Концепция информационного общества. Основные характеристики информационного общества.

**Тема 5. Масс-медиа в современной общественной жизни (подготовка материалов для практических занятий).**

Информационные потребности общества: проблемы и перспективы. Доверие общества к информации в СМИ. Средства массовой информации и общественное мнение. СМИ в государственных, общественных и коммерческих структурах. Коммуникативная сеть в системе связей с общественностью.

**Тема 6. Реклама в системе коммуникаций (подготовка рекламного сообщения).** Реклама как фактор влияния на потребителей. Организация и управление рекламной деятельностью. Особенности печатной, теле- и радиорекламы. Реклама в сети Internet. Структура, формы и стиль рекламного сообщения. Стратегия рекламной кампании. Эффекты рекламы. Методы повышения эффективности рекламы.

**Тема 7. PR как средство деловой коммуникации (подготовка плана PR-кампании).**

Место и роль PR в современном обществе. Цели и задачи пиара. Стратегия и тактика пиара. PR-кампания. PR-коммуникации. PR-инструментарий. Внутрикorporативный стиль как элемент пиара компании. Методы оценки эффективности пиара.

**Тема 8. Массовая коммуникация в контексте глобализации (подготовка обзора новых материалов по теме)**

Транснациональные экономические и информационные потоки в современном обществе, их влияние на национальные культуры, национальные ценности. Глобализация информационных процессов в современном мире. Средства массовой коммуникации в условиях зависимого (догоняющего) развития. Идея «нового мирового информационного порядка».

**8.2. Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов**

Оценка знаний студентов, проявленных на экзамене, базируется на следующих критериях:

– оценка **«отлично»** ставится студенту, обнаружившему всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные образовательной программой, усвоившему основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала. Оценка «отлично» ставится студентам, обладающим критическим мышлением, творческим подходом к изучаемому материалу, умеющим применять теоретические знания к практической области своей будущей профессии, использующим в обучении принцип единства логического и исторического.

– оценку **«хорошо»** заслуживает студент, обнаруживший полное знание программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и

способным к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;

– оценки **«удовлетворительно»** заслуживает студент, обнаруживший знание основного программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности вторичного (не связанного с основными понятиями и категориями изучаемой дисциплины) характера в ответе на вопросы и при выполнении зачетного задания;

• – оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного программного материала, допустившему первичные (отражающие основные понятия и категории изучаемой дисциплины) ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

### **Примерные вопросы для подготовки к экзамену**

1. Предмет и объект культурологического исследования массовых коммуникаций.
2. Понятие массовой коммуникации.
3. Каковы причины и предпосылки возникновения массовой коммуникации?
4. Какова специфика массовых коммуникаций в обществах античной и средневековой Европы?
5. Массовая коммуникация в древних и средневековых обществах Востока.
6. Какова структура науки о массовых коммуникациях?
7. В чем состоит роль социологии в исследовании массовых коммуникаций?
8. Зарубежные исследования массовых коммуникаций.
9. Какие основные научные школы XX века исследовали массовую коммуникацию?
10. Отечественные исследования массовых коммуникаций.
11. Каковы основные принципы марксистской теории массовых коммуникаций?
12. Виды массовых коммуникаций.
13. Каковы функции массовой коммуникации?
14. Какое место занимают СМИ в системе массовых коммуникаций?
15. Особенности СМИ как массовой коммуникации.
16. Система массовых коммуникаций и социальное управление.
17. Понятие массово-коммуникативного процесса.
18. Массовая информация, её характеристика и виды.
19. Социальная информация.
20. Информационное общество. Каковы характеристики информационного общества?
21. В чем состоит концепция государственной информационной политики в современной России?
22. Информационная безопасность и информационные войны.
23. Понятие коммуникативного акта.
24. Общение как элемент массово-коммуникативного процесса.
25. Каковы методы информационного воздействия на аудиторию?
26. Факторы эффективности деятельности массовых коммуникаций.
27. Массовое сознание и массовые коммуникации.
28. Качественные и количественные критерии в определении массового сознания.
29. Индивидуальное, групповое, обыденное сознание.
30. Общественное мнение и коммуникативное влияние на его формирование.
31. Возникновение и эволюция PR и рекламных коммуникаций в обществе.
32. Эффекты и эффективность PR и рекламной деятельности.

33. Какое место занимают PR и реклама в коммуникативном процессе?
34. Виды рекламы и их особенности.
35. Массовые коммуникации как социальный институт.
36. Как СМИ влияют на формирование общественного мнения?
37. В чем сущность, содержание и формы массовых коммуникаций?
38. Типы средств массовых коммуникаций.
39. Каковы этические нормы в деятельности системы массовых коммуникаций?
40. Какова структура системы средств массовых коммуникаций.
41. Печать в системе средств массовых коммуникаций.
42. Радио в системе средств массовых коммуникаций.
43. Телевидение в системе средств массовых коммуникаций.
44. Какое место занимает Интернет в системе средств массовых коммуникаций?
45. Понятие и структура жанров массовой коммуникации.
46. Субъекты массово-коммуникативной деятельности.
47. Объекты массово-коммуникативной деятельности.
48. СМИ как механизм взаимодействия общества и власти.
49. Какое место занимают СМИ в системе связей с общественностью?
50. В чем сущность свободы деятельности системы массовых коммуникаций?
51. Четыре концепции свободы прессы.
52. Свобода и ответственность в деятельности массовых коммуникаций.
53. Зависимая и независимая пресса.
54. Методы исследований массовых коммуникаций.

### **8.3. Методические рекомендации по подготовке письменных работ**

#### **Подготовка к семинарским занятиям**

Подготовку к каждому семинарскому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом семинарского занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. Студент должен быть готовым к ответу по любому вопросу семинара, но он может выбрать тему на основе индивидуальных предпочтений для ответа. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме подлежат необходимому освоению и внесению в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

В работе с текстами в процессе подготовки к семинарским занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и материалом из Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме семинарского или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

#### **Подготовка доклада**

##### **Структура выступления**

Вступление с докладом помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать: название, сообщение основной идеи, современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов, живую

интересную форму изложения, акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода. Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отражения проработанного материала, содержащего обязательные ссылки на источники. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должна транслироваться без наглядных пособий, аудио-визуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

### **Оценочных средств для проведения текущей и аттестации обучающихся по дисциплине.**

Аттестация студентов осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе.

Учебным планом направления предусмотрены следующие формы контроля качества знаний студентов:

- текущая аттестация;
- рубежный контроль;

промежуточная (семестровая) аттестация - **2 семестр – экзамен (дневная форма обучения), 3 семестр – экзамен (заочная форма обучения).**

Дискуссия предполагает выработку и активное продвижение своей точки зрения по изучаемой проблеме, умение выслушать альтернативную точку зрения, вступить в полемику, на основе изложения и учета всех точек зрения прийти к объективному результату. Конспектирование источников включает предварительное прочтение и запись основных, принципиальных положений изучаемых текстов, цитирование наиболее значимых мыслей автора. **Аналитический обзор** новой литературы связан с анализом журнальных статей, которые непосредственно касаются темы, но не были представлены в основной и дополнительной литературе по причине их непосредственной публикации. Такой обзор позволяет студенту проявить самостоятельность в выборе источников, которые, по его мнению, наиболее полно отражают тему в современных публикациях. Аналитический обзор проводится как в устной, так и письменной форме. Дискуссия охватывает собою темы. Конспектирование источников планируется по темам.

В процессе освоения курса студенты готовят и представляют презентации проектов, а также любых форм экспериментальной исследовательской работы.

В ходе семинарских занятий студентам предлагается решение проблемных ситуаций. Эта может быть работа исследовательского, аналитического, прогностического характера. Работа по данной методике может проводиться как в малых группах, так и в индивидуальном порядке.

В рамках самостоятельной работы студентам предлагается использовать подготовку: сообщений – небольших докладов (продолжительностью 3-5 мин.) на какую-либо тему, информация о каком-либо событии (все темы); докладов - расширенных устных сообщений (10-15 мин.), на основе совокупности ранее опубликованных исследовательских, научных и опытно-экспериментальных работ, имеющих большое значение для теории науки и практического применения, представляющих собой обобщённое изложение результатов проведённых исследований, экспериментов и разработок, известных широкому кругу специалистов в отрасли научных знаний (темы 3,7), самостоятельных письменных работ на темы, предложенную преподавателем соответствующей дисциплины или самостоятельно избранных студентом по проблематике читаемой дисциплины, а также творческих проектов

–самостоятельных творческих итоговых работ, которые требует вдохновения и креативности.

Самостоятельное выполнение практических заданий обеспечивает закрепление и углубление теоретических знаний, полученных в процессе самостоятельной работы студента с литературой.

Подготовка к практическим занятиям позволяет: расширить кругозор; ознакомиться со значительным количеством литературы; способствует приобретению студентами навыков самостоятельного творческого решения практических задач; развивает мышление; приобщает будущего бакалавра к практической деятельности в рамках выбранного направления. В качестве самостоятельной работы предполагается подготовка коротких сообщений, поиск информации в сети Интернет, групповая работа над ситуационными проектами.

Основным видом самостоятельного выполнения практических заданий для студентов заочной формы обучения является выполнение контрольной работы.

Контрольная работа имеет вид индивидуальных заданий. Номер варианта соответствует последней цифре шифра зачетной книжки студента.

Ознакомившись с литературой, следует лаконично, логически стройно и грамотно изложить ответ в строгом соответствии с поставленным вопросом. В конце работы указывается перечень литературных источников, которые были использованы студентом при ответе на поставленные вопросы.

Оформление контрольной работы выполняется в соответствии с требованиями стандарта

#### **8.4. Иные материалы**

Современная система образования предусматривает использование самых различных инновационных технологий. Грамотное использование возможностей современных информационных технологий студентами способствует: активизации познавательной деятельности, повышению качественной успеваемости достижению целей обучения с помощью современных электронных учебных материалов развитию навыков самообразования и самоконтроля; повышению уровня комфортности обучения повышению активности и инициативности, формированию информационно-коммуникационной компетенции

Опыт применения электронных презентаций, выполненных в программе PowerPoint, показал, что повышается качество урока. Компьютерные презентации – это самые современные технологии представления информации. Формы и место использования презентации на практическом занятии зависят от содержания этого занятия, от цели, которая ставится на занятии. При изучении нового материала использование презентации позволяет иллюстрировать учебный материал. При проведении устных упражнений презентация даёт возможность оперативно предъявлять задания.

При подготовке доклада, написании эссе, при подготовке к устному опросу необходимо прочитать, а иногда законспектировать, объём литературы. Для этого студентам рекомендуется обратиться к полнотекстовым базам данных. Сделать это возможно через библиотечные электронные ресурсы, откуда есть выход к полнотекстовым базам данных многих электронных библиотек. Словарь основных терминов (при необходимости)

### **9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.**

Материально-техническую базу для проведения лекционных и практических занятий по дисциплине составляют:

- аудитория, пригодная в техническом и санитарно-эксплуатационном плане для проведения занятий и оборудованная для работы с видео и/или презентационной техникой;
- презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук);
- обеспечение доступа к основным коммуникациям связи: обеспечение доступа к электросети, наличие доступа для проводного подключения (покрытия для беспроводного подключения) к сети Интернет; - рабочее место преподавателя;
- рабочие места студентов.

#### **9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

##### **Операционные системы:**

- Windows 7 Professional

##### **Пакет офисных программ:**

- ABBYY FineReader 14 Business 1 year (Per Seat) Academic
- Microsoft Office 2016 Outlook
- Microsoft Office 2016 Word
- Microsoft Office 2016 Excel
- Microsoft Office 2016 PowerPoint
- Microsoft Office 2016 OneNote
- Microsoft Office 2016 SharePoint
- Microsoft Office 2016 Microsoft Teams
- Microsoft Office 2016 Access
- Microsoft Office 2016 Publisher
- 1С:Университет
- Учебные планы ВО и УП ВПО

##### **Антивирусные программы:**

- Kaspersky Endpoint Security

##### **Другое ПО:**

- Mozilla Firefox

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются электронно-библиотечные системы:

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются электронно-библиотечные системы:

- Электронно-библиотечная система «Лань»: <https://e.lanbook.com/>
- Электронно-библиотечная система «Рукопт» <https://rucont.ru/>
- Электронная библиотека «Юрайт» <https://biblio-online.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Библиороссика» <http://www.bibliorossica.com/>
- Научная электронная библиотека:  
[https://elibrary.ru/projects/subscription/rus\\_titles\\_open.asp](https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp)

## **10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий с необходимыми техническими средствами (компьютер, проектор, доска).

### **11. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

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

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

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

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

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

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

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

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

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

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

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению История искусств, профилю подготовки: История русского и зарубежного искусства.

Автор-составитель: Доктор философских наук, профессор, профессор кафедры культурологии Гертнер С.Л.

## КУЛЬТУРА МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

**Цель освоения дисциплины:** раскрыть содержание основных теоретических концепций и терминов, используемых в современной коммуникативистике; сформировать у студентов представление об основных исследовательских подходах, применяемых в мировой и отечественной науке по коммуникации, помочь овладеть необходимыми знаниями практического применения и использования методик и основных методов изучения процессов связей с общественностью, представить проблемы коммуникации во всей полноте и разнообразии; раскрыть роль коммуникативной компетентности (совокупность умений, знаний, навыков), предъявляемых в сфере общения к специалистам культурологам; сформировать у студентов понимание особенностей речевой и невербальной коммуникации, ее разновидностей, знание особенностей коммуникативной среды (бытовая, производственная, политическая, торговая и т. п.), каналов и разновидностей коммуникации (устная, печатная, аудиовизуальная, виртуальная и т. п.); аудиторий (малая и большая группа, семья, масса и т. д.) и принципов коммуникации; умение использовать принципы теории коммуникации при анализе коммуникативных мероприятий и событий (международные переговоры, пресс-конференции, выставки, семинары, действия компании, обучение в школе и вузе и др.) и при планировании собственной деятельности.

**Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:** дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Изучается на очной форме обучения во втором семестре, на заочной форме обучения – в третьем семестре. Форма контроля – экзамен;

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля):** ПК-1; ПК-5

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:** основные категории предмета; основные теории коммуникации и ее разновидности; основные информационные каналы и их коммуникативную роль; основные типы коммуникации, сущности и функций деловой коммуникации, коммуникатора; особенности массовой коммуникации; факторы, способствующих воздействию массовой коммуникации, средств массовой коммуникации (СМК); правила эффективного слушания; кризисные коммуникации; иметь четкое представление о процессах коммуникации в обществе; знать основные подходы и концепции современной коммуникативистики.

**Уметь:** с научных позиций, анализировать получаемую через средства массовой коммуникации информацию и использовать ее; понимать, что коммуникационная деятельность влияет не только на формирование общественного мнения, культурных ценностей, но и на развитие “массовой культуры”; усвоить “теорию ролей” – понимать, что от человека, занимающего определенное место в ролевой структуре, требуется строгое следование ролевым предписаниям; иметь представление о новейших социокультурных подходах к анализу групповых и массовых коммуникативных процессов свободно ориентироваться в проблемах функционирования современных масс-медиа.

**Владеть:** навыками анализа функционирования обычных и электронных СМИ; навыками самопрезентации (уметь создавать свой профессионально-коммуникационный имидж).

**Общая трудоемкость дисциплины составляет:** 3 зачетных единицы, 108 часов – очная/заочная форма обучения.

**Структура, краткое содержание дисциплины:**

1. Понятие информации. Социальная память.
2. Понятие о социальной коммуникации.
3. Коммуникационная деятельность и общение. 4. Коммуникационные каналы и барьеры коммуникаций.
5. Вербальная и невербальная коммуникация.
6. Специфика письменной коммуникации.
7. Массовая коммуникация и ее исследования: формирование и развитие.

8. Элементы системы массовой коммуникации.
9. Проблемы передачи и интерпретации сообщений в массовой коммуникации.
10. Методы анализа массовой коммуникации.
11. Проблемы информационного и коммуникационного воздействия в условиях глобализации.
12. Мифологизирующие тенденции массовой культуры. телевидение как объект и инструмент мифологизации.