



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

«СОГЛАСОВАНО»
Руководитель ОП

Малинина Н.Л.

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор департамента
искусств и дизайна

Федоровская Н.А.

«19» июня 2019 г.

«19» июня 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Социальные медиа
Направление подготовки - 51.03.01 Культурология
профиль «Культурная антропология: сообщества, искусства и креативные индустрии»
Форма подготовки очная

Курс 4 семестр 7
лекции __ час.
практические занятия 18 час.
лабораторные работы __ час.
в том числе с использованием МАО лек. _/пр. __ /лаб. __ час.
всего часов аудиторной нагрузки 36 час.
самостоятельная работа 90 час.
в том числе на подготовку к экзамену __ часов
контрольные работы (количество)
курсовая работа / курсовой проект _____ семестр
зачет 7 семестр
экзамен __ семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ, утвержденного приказом ректора от 18.02.2016 №12-13-235

Рабочая программа обсуждена на заседании департамента искусств и дизайна протокол № 10 от «19» июня 2019 г.

Директор департамента искусств докт. искусств, доц. Федоровская Н.А.

Составитель ассистент Антонова А.А.

АННОТАЦИЯ

Рабочая программа учебной дисциплины «Проблемы изучения системы массовых коммуникаций» разработана для бакалавров 3 курса, обучающихся по направлению подготовки 51.03.01 Культурология, профиль «Управление в социокультурной сфере».

Дисциплина «Проблемы изучения системы массовых коммуникаций» входит в блок «Дисциплины (модули)» выбора учебного плана подготовки бакалавров.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия 36 часов, практические занятия 36 часов, самостоятельная работа – 72 часа. Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Данный курс содержательно и методически связан дисциплинами «Социология культуры», «История культуры», «Проблемы изучения массовой культуры» учебного плана ОС ДВФУ 51.03.01 Культурология.

Содержание дисциплины основано на подходе к культуре массовых коммуникаций как определяющей сферы культуры информационного общества. В нём рассматриваются ключевые проблемы массовых коммуникаций: виды коммуникаций; модели коммуникативного процесса; особенности межличностной коммуникации; основные закономерности развития социальных коммуникаций; основные теории массовой коммуникации.

Цель дисциплины: на основе изучения современных западных и отечественных теорий и концепций массовых коммуникаций сформировать у студентов навыки самостоятельного анализа проблем, связанных с производством, потреблением медиатекстов, их формы и содержания.

Задачи:

- овладение теоретическими основами и исследовательской методологией массовых коммуникаций;
- формирование представления о становлении данной сферы научного знания, существующих в ней направлений, парадигм, концепций;
- изучение содержания и форм основных видов массовой коммуникации (печати, радио, кино, телевидения, интернет);
- обучение языку медиа и методам интерпретаций медийных текстов;
- формирование представления о способах, с помощью которых медиа активно конструирует реальность;
- развитие представления об эффектах массовой коммуникации и их практическое исследование.

Для успешного изучения дисциплины «Система массовых коммуникаций» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

-способностью владеть теоретическими основа и методами культурологии, категориями и концепциями, связанными с изучением культурных форм, процессов, практик (ОПК-1);

-способностью владеть навыками работы с теоретической и эмпирической научной информацией, а также способностью получать, понимать, изучать и критически анализировать научную информацию по тематике исследования и представлять результаты исследований (ПК-1) (из учебного плана ОС ДВФУ 51.03.01 Культурология.).

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
(ПК-4) готовностью к использованию современного знания о культуре и социокультурной деятельности (концепций и инструментария) в организационно-управленческой работе	Знает	Достижения отечественной и зарубежной науки о культуре и социокультурной деятельности
	Умеет	творчески адаптировать концепции и инструментарий к практике в организационно-управленческой работе
	Владеет	навыками профессиональной деятельности при организации организационной работы в социокультурной деятельности.
(ПК-5) способностью применять на практике знание теоретических основ управления в социокультурной сфере, находить и принимать управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность	Знает	способы принятия нестандартных решений
	Умеет	отвечать за свои решения в рамках профессиональной компетенции, разрешать проблемные ситуации
	Владеет	способностью к принятию ответственности за свои решения в рамках профессиональной компетенции, принимать нестандартные решения, разрешать проблемные ситуации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Проблемы изучения системы массовых коммуникаций» применяются следующие методы активного обучения на практических занятиях: лекция-беседа, дискуссия, проектирование, кейс-задачи.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (36 часов, из них 10 часов с использованием МАО)

Раздел 1. Культура массовых коммуникаций как объект исследования (12 час.)

Тема 1. Введение. Массовая коммуникация (2 час.)

Культура массовых коммуникаций как объект исследования. Коммуникация как способы общения, позволяющие передавать и принимать разнообразную информацию; передача информации, идей, оценок посредством символов; социальное взаимодействие. Модель коммуникативного акта Г. Ласуэлла.

Структурно-функциональная традиция исследования средств массовой коммуникации. Основные функции коммуникации: информационная, регулирующая и культурологическая (Г. Ласуэлл). Функции массовой коммуникации в теории медиа Д. Мак-Куэйла. Психологические функции массовой коммуникации (А. Леонтьев).

Тема 2. Информация как ведущая составляющая коммуникации (2 час.)

Информация как главная составляющая коммуникации. Виды информации. Теория информации. Жизненный цикл информации. Информационная деятельность. Массовая информация, информационные ресурсы и их классификация. Бизнес-информация и информационный маркетинг.

Тема 3. Массовая коммуникация в ракурсе различных исследовательских традиций (2 час. с использованием МАО – лекция-беседа)

Теоретический, прагматический и экспериментально-прикладной аспекты изучения массовых коммуникаций: медиа-ориентированный подход, социально-ориентированный подход, культурологический подход. Анализ содержания сообщений и контекст их личностного восприятия.

Тема 4. Ключевые теории и модели массовой коммуникации (6 час. из них 2 час. с использованием МАО - дискуссия)

Эволюция исследовательских теорий о природе и функциях массовой коммуникации. Марксистская традиция анализа массовой коммуникации: К. Маркс, А. Грамши, Г. Альтюссер. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации Идеология, как проблема реализации власти посредством трансляции ценностей, норм, убеждений. Концепция идеологии в работах основоположников марксизма. Макс Вебер о прессе как

"капиталистическом предприятии". Франкфуртская школа о массовой коммуникации. Ч. Миллс о роли средств массовой коммуникации.

Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Массовая коммуникация как социальная система. Структурно-функциональные модели современных систем массовой коммуникации. Р. Парк, Ч. Кули и У. Липпман о массовой коммуникации как общении членов массы. Р. Мертон и П. Лазарсфельд о социальной роли массовой коммуникации. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации. Проблема значения и знака. Типы и организация знаков. Теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса и ее возможности в анализе места и роли массовой коммуникации в современном обществе. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе. Отечественная коммуникативистика. Обзор существующих моделей коммуникации. Теория массовой коммуникации в работах Ю. Лотмана, Р. Якобсона, П. Флоренского, М. Бахтина, В. Вернадского и др. Понятие "информационного общества".

Раздел 2. Система средств массовых коммуникаций

(16 час.)

Тема 5. Система средств массовой коммуникации. Деятельность СМК как реализация интересов различных социальных субъектов (4 час.)

Влияние характера средств коммуникации на характер культуры и смену исторических эпох. Структура системы массовой коммуникации: печать, кино, радио, телевидение, интернет. Социальные интересы. Субъекты социальных интересов. Государство, политические силы, общественное мнение, рекламодатели, структуры PR, бизнес, аудитория, личность как социальные субъекты, реализующие свои интересы с помощью СМК. Узлы напряжения и формы регуляции отношений. Роль законодательства, профессиональных кодексов этики, неформализованных способов (норм, традиций, морали, общественного мнения) в регуляции подобных отношений. Парадигма производителя информации и парадигма потребителя информации. Факторы отбора информации в реальной деятельности информационных органов. Профессиональные факторы и факторы групп интересов в отборе и использовании информации.

Тема 6. Массовая печать (2 час. из них 2 час. с использованием МАО - дискуссия)

Этапы развития средств коммуникации. М. Маклюэн о развитии средств коммуникации. Пресса в структуре СМК. Специфика информационной

заметки, интервью, репортажа; аналитические жанры прессы. Роль массовой печати в модернизации европейского общества. Преимущества и недостатки прессы, специфика прессы. Формирование группового сознания - основная функция прессы. Специализация прессы в условиях сосуществования с другими СМК.

Тема 7. Радио в системе средств массовой коммуникации (2 час.)

Специфика радио как средства массовой коммуникации: оперативность, всепроницаемость, техническая простота, удобство. Техническая основа, эстетические особенности радиовещания. Выразительные средства радио: стабильные и мобильные: слово, музыка, шум. Функции радиовещания. Радио – инструмент социального управления обществом: психологическое воздействие на аудиторию.

Тема 8. Телевидение в системе средств массовой коммуникации (2 час.)

Роль телевидения в формировании современного информационного общества: формирование картины мира, образов реальности, культурных представлений и ценностей. М. Маклюэн о специфике телевизионного образа. Специфика телевидения: непосредственность, simultaneity, зрелищность. Особенности телевизионного формата.

Тема 9. Исследования аудитории СМК. Особенности изучения теле- и радиоаудитории (4 час. из них 2 час. с использованием МАО – лекция-беседа)

Факторы, определяющие состав и границы аудитории. Методы изучения аудитории. Исследования аудитории: анализ «количества» и «качества». Соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов. Анкетирование, интервьюирование, тесты, фокус-группы, лабораторные исследования с применением технических средств, психолингвистические процедуры, метод семантического дифференциала. Технические и «вербальные» способы получения информации о потреблении аудиторией различных телепередач. Индустрия получения информации о размерах аудитории: опора на постоянство спроса. Место рекламодателей в корпусе заказчиков. Аудиометры: плюсы и минусы качества полученной информации. Основные единицы измерения телеаудитории. Наиболее известные в мире исследовательские структуры, занимающиеся мониторинговым измерением аудитории СМК. Российские профессиональные организации на рынке теле- и радиометрии.

Тема 10. Интернет в системе современных СМК (2 час.)

Интернет в культуре информационного общества. Р. Снедден и М. Кастельс о создании и функциях Интернет. Влияние Интернет на кросс-

культурные процессы. Культура виртуальной реальности: интеграция электронных средств массовой коммуникации. Специфика коммуникации в Интернет: межличностная и публичная формы общения.

Раздел 3. Особенности современных средств массовых коммуникаций

(8 час.)

Тема 11. Информационные каналы и особенности развития средств массовой коммуникации в условиях глобализации (2 час.)

Информационные каналы и особенности развития средств массовой коммуникации в условиях глобализации. Пути развития средств массовой коммуникации. Глобализация средств массовой коммуникации. Информационная политика государства. Новые информационные технологии.

Тема 12. Проблема эффектов и эффективности массовой коммуникации (4 час.)

Цели коммуникатора и цели аудитории. Эффекты и эффективность коммуникации. Определение эффективности в зависимости от стадии воздействия информационного сообщения на индивида. Способы измерения эффектов и эффективности коммуникации. Особенности междисциплинарного коммуникативного подхода в изучении массовой коммуникации. Соотношение в теории массовой коммуникации социологического, экономического, политологического, культурологического, психологического и иных подходов к изучению массовой коммуникации.

Тема 13 Средства массовой коммуникации как социальный институт (2час. из них 2 час. с использованием МАО - дискуссия)

Влияние форм собственности на деятельность информационных органов. Проблема финансовой свободы и зависимости информационного канала. Информационный продукт. Производство информационного продукта. Стандарты качества информации. Формы и способы контроля над качеством. «Массовидные» вкусы аудитории. Транснациональные экономические и информационные потоки в современном обществе, влияние их на национальные культуры, на национальные ценности. Проблемы информационного общества.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (36 часов из них 15 часов с использованием МАО)

**Занятия 1, 2. Массовая коммуникация: генезис, основные термины.
(4 час. из них 2 час. с использованием МАО - дискуссия)**

1. Традиционное общение и дистанционная коммуникация как основные способы передачи информации в обществе: признаки и специфика массовой коммуникации.
2. Коммуникация как единство информации (содержания), сообщения (передачи содержания) и понимания (Н. Луман).
3. Термины «медиа», «масс-медиа», «медиакультура».
4. Д. Маккуэйл о культуре медиа.
5. Задачи изучения медиакультуры.
6. Глобализация современных средств массовой коммуникации.
7. Средства массовой коммуникации в условиях зависящего (догоняющего) развития.
8. Идея "нового мирового информационного порядка".

**Занятия 3,4. Лингвистический уровень организации коммуникации
(4 час. из них 2 час. с использованием МАО – кейс-задачи)**

1. Специфика языкового общения.
2. Речевая коммуникация.
3. Устная и письменная формы речевой коммуникации.
4. Высказывание как элементарная единица коммуникации.
5. Текст, его сущность, свойства, структура.
6. Дискурс: свойства, признаки, подходы к моделированию.
7. Метаязык и метакоммуникация.
8. Специфика научного дискурса.

Занятие 5. Семиотический уровень коммуникации (2 час.)

1. Семиотика как наука, ее предмет, истоки, основные направления, аспекты.
2. Специфика семиотического подхода к коммуникации.
3. Семиотический уровень организации коммуникации.
4. Общая теория знаков Ч.Пирса и Ч.Морриса. Знак, его свойства, структура,
5. типы. Проблема значения.
6. Понятие «текст» в семиотике.

Занятие 6. Социальные функции медиакультуры (2 час., из них 1 час. с использованием МАО - дискуссия)

1. Функции СМК на социальном и индивидуальном уровне.

2. Функции отдельных средств коммуникации: радио, кино, телевидения, печати. Функции СМК с позиций П. Лазарфельда и Р. Мертона.

3. Механизм стереотипизации посредством медиа в концепции У. Липпмана.

4. Классификация функций СМК в отечественной социологии (Б. Грушин).

Занятие 7. Системность коммуникации. Коммуникативные системы (2 час.)

1. Социально-коммуникативная система: сущность, специфика, характерные черты.

2. Естественные коммуникативные системы. Различные виды естественных коммуникативных систем.

3. Искусственные коммуникативные системы. Различные виды

4. искусственных коммуникативных систем.

5. Перспективы использования естественных и искусственных систем в создании единого мирового коммуникативного пространства.

Занятия 8,9. Массовая коммуникация в ракурсе различных исследовательских традиций (4 час., из них 2 час. с использованием МАО - дискуссия)

1. Наделение массовой коммуникации безграничным влиянием на общественное мнение и поведение людей.

2. М. Вебер о роли прессы.

3. Г. Лассуэл о конструировании средствами массовой коммуникации представлений об окружающем мире.

4. Однонаправленная модель коммуникативного акта Г. Лассуэлла (теория «волшебной пули»).

5. Критика «индустрии культуры» в работах Т. Адорно и М. Хоркхаймера.

6. Тотальность и развлекательность как определяющие черты «индустрии культуры».

Занятия 10, 11 . Массовая печать (4 час., из них 2 час. с использованием МАО – кейс-задачи)

1. М. Маклюэн о письменности как основной технологии, лежащей в основе всех технологий европейской цивилизации и определяющей формы общения и сознания.

2. Социальные и психологические последствия распространения книгопечатания.
3. Разделение прессы на элитарную и бульварную.
4. Типология современной прессы: качественные газеты и журналы, «фабрики новостей».
5. Структура российской прессы: общенациональные, элитарные, специализированные, местные и «популярные» издания.
6. Феномен «желтой прессы».
7. Новости и сенсации.
8. Размывание границ частного и публичного.
9. «Глянцевые» журналы.

Занятия 12, 13. Радио в системе средств массовой коммуникации (4 час., из них 2 час. с использованием МАО - дискуссия)

1. Структура государственной радиовещательной организации и особенности «тематического планирования».
2. Программирование как механизм функционирования современного радиовещания.
3. Этапы развития радиовещания.
4. Многопрофильное и локальное радиовещание.
5. Типология форматов радио.
6. Виды вещания: длинные, средние волны, FM - формат.

Занятие 14. Телевидение как социокультурный институт (2 час, из них 2 час. с использованием МАО - дискуссия)

1. Понятие «сетки» канала.
2. Структура российского телевидения: центральные, коммерческие, местные каналы.
3. Жанры телепередач.
4. Теория телевидения Р. Уильямса: телевидение как «поток».
5. Концепция Ж. Бодрийера о роли телевидения в обществе потребления.

Занятие 15. Интернет в системе современных СМК (2 час.)

1. Социокультурная, экономическая, информационная функции Интернет.
2. Феномен Сети.
3. Формы организации сетевых служб: электронная почта, телеконференция, форум, IRC, WWW (всемирная паутина).

4. «Гипертекст» как символ информационной культуры.
5. Характеристики информации в Интернет.

Занятия 16, 17, 18. Политический, коммерческий и социально-культурный подтекст в структуре современных масс-медиа.(6 час из них 2 час. с использованием МАО - дискуссия)

1. Морфология политической коммуникации в современном обществе.
2. Диагностика общественного мнения как элемент политической коммуникации.
3. Общественный и законодательный контроль над объемом и содержанием политической рекламы.
4. Соотношение рационального и эмоционального в политической рекламе. Формы политической рекламы: зависимость от этапов избирательной кампании и электоральных групп.
5. Осуществление политической рекламы - проблемы этики и эффективности политической деятельности.
6. Социальные условия появления рекламы, как массового явления.
7. Реклама и ценностные ориентации общества.
8. Характеристики СМК и потребителей массовой информации в качестве инициаторов развития рекламы как массового явления.
9. Интересы общества по мультиплицированию социальной рекламы. Социальная реклама как современный способ мобилизации социально одобряемого и социально не одобряемого действия

**III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы, студентов по дисциплине «Проектирование маркетинговых коммуникаций» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристику заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

Для текущей аттестации при изучении дисциплины «Проектирование маркетинговых коммуникаций» используются следующие оценочные средства:

1) Устный опрос (УО):

- Собеседование (консультация с преподавателем) (ОУ-1)
- Доклад, сообщение (УО-3)
- Дискуссии (УО-4)

2) Письменные работы (ПР):

- Конспект (ПР-7)
- Проект (ПР-9)
- Кейс-задача (ПР-11)

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	Раздел 1. Культура массовых коммуникаций как объект исследования	(ПК-4)	знает	ОУ-1 собеседование	Вопросы к зачету № 1,2,3, 4, 5, 11
			умеет	ОУ-3 сообщение, доклад ПР-7 Конспект ПР-11 Кейс-задача	Вопросы к зачету № 6,7,8
			владеет	ОУ-4 дискуссия, ПР-9 Проект ПР-11 Кейс-задача	Вопросы к зачету № 9,10, 12
2	Раздел 2. Система средств массовых коммуникаций Раздел 3. Особенности современных средств массовых коммуникаций	(ПК-5)	знает	ОУ-1 Собеседование	Вопросы к зачету № 13, 14, 26, 27
			умеет	ОУ-3 сообщение, доклад ПР-7 Конспект ПР-9 Проект	Вопросы к зачету № 15,16,18, 19, 20, 21
			владеет	ОУ-4 дискуссия, ПР-9 Проект	Вопросы к зачету № 17, 22,23,24,25

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Бузин В. Н. Социальное управление российским медиапространством. Системно-деятельностный подход / В. Н. Бузин. М : Юнити-Дана, 2014.-311 с. — Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:725756&theme=FEFU>
2. Гольдфарб С. И. Массовая информация. История. Теория. Практика Иркутский государственный университет.-Иркутск : [Репроцентр А1] , 2013. -395 с. — Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:701827&theme=FEFU>
3. Гостенина В. И. Социология массовой коммуникации / В.И. Гостенина - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с.— Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=404699>
4. Сибрук Дж. Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры / Сибрук Джон Москва : Ад Маргинем Пресс, 2015.-239 с. — Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:810501&theme=FEFU>
5. Соснин В. А. Психология массового поведения / В.А. Соснин. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 160 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=488937>
6. Черняк, М. А. Массовая литература XX века : учеб. пособие / М. А. Черняк. - 4-е изд., стер. - М.: Флинта, 2013. - 430 с.— Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=457991>
7. Толстикова И. И. Мировая культура и искусство / И.И. Толстикова - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 416 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=460854>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учебное пособие для вузов /Г. П. Бакулев. - М.: Аспект Пресс , 2010. – 192 с. — Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:307397&theme=FEFU>
2. Гнатюк О. Л. Основы теории коммуникации : учебное пособие для вузов/ О. Л. Гнатюк Москва : КноРус , 2010. 256 с. — Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:292109&theme=FEFU>
3. Головлева Е. В. Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие / Е. Л. Головлева. М: Академический Проект Екатеринбург : Деловая книга, 2009. 343 с. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:280952&theme=FEFU>
4. Кириллова, Н.Б. Медиакультура : теория, история, практика: учебное пособие для вузов гуманитарных специальностей. – М.: Академический проект, 2008. 494 с. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:278569&theme=FEFU>
5. Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Г. Киселёв. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 431 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=395020>
6. Романов, А.А., Васильев, Г.А. Массовые коммуникации: учебное пособие для вузов / А.А. Романов, Г.А. Васильев. – М.: Вузовский учебник, 2009. – 235 с. — Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:294472&theme=FEFU->
7. Тавокин, Е. П. Массовая коммуникация как научная категория[Электронный ресурс] / Е. П. Тавокин // Массовая коммуникация в структуре социальной информатиологии. Материалы методологического семинара. - М. : Изд-во РАГС, 2005. - С. 39 - 55.- Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=417707>
8. Учёнова, В. В. Реклама и массовая культура: Служанка или госпожа? / В. В. Учёнова. - М.: ЮНИТИДАНА, 2012. - 248 с.- Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=390914>
9. Федотова, Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов / Л.Н. Федотова. – СПб.: Питер, 2003. 400 с.- Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:5655&theme=FEFU>
10. Шерель, А. Аудиокультура XX века. История, эстетические закономерности, особенности влияния на аудиторию / А. Шерель. – М.: Прогресс-Традиция, 2004. 576 с. Березин, В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы действия / . – М.: РИП-холдинг, 2003. – 174 с. -Режим

доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=IPRbooks:IPRbooks-7233&theme=FEFU>

11. Шарков, Ф. И. Коммуникология: социология массовой коммуникации: Учебное пособие / Шарков Ф. И. - 2-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 320 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=354026>

12. Шендрик, А. И. Социология культуры / А. И. Шендрик. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с— Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=394318>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. «ИТ-образование в Рунете». Образовательные ресурсы Рунета: <http://ifets.ieee.org/russian/depository/resource.htm>

2. «Российский общеобразовательный портал»: <http://www.school.edu.ru/>

3. «Издание литературы в электронном виде»: <http://www.magister.msk.ru/library/library.htm>

4. Annual Review: <http://www.annualreviews.org/ebvc>

5. Scopus - мультидисциплинарная реферативная база данных: <http://www.scopus.com/>

6. Библиотека по культурологии. URL: <http://www.countries.ru/library.htm>

7. Государственная публичная историческая библиотека (электронный каталог): <http://www.shpl.ru/>

8. Единая коллекция образовательных ресурсов: <http://school-collection.edu.ru/catalog/>

9. Информационные ресурсы Российской Библиотечной Ассоциации (РБА): <http://www.rba.ru/>

10. Каталог электронных ресурсов научной библиотеки ДВФУ: <http://www.dvfu.ru/web/library/elib>

11. Коллекция журналов издательства Elsevier на портале ScienceDirect: <http://www.sciencedirect.com/>.

12. Научная электронная библиотека (НЭБ): <http://www.elibrary.ru/>

13. Портал «Гуманитарное образование» <http://www.humanities.edu.ru/index.html>

14. Российская государственная библиотека (электронный каталог): <http://www.rsl.ru/>

15. Сайт Института природного и культурного наследия им. Д.С. Лихачева: <http://www.heritage-institute.ru/>
16. Сайт Российского института культурологии: <http://www.riku.ru/>
17. Университетская информационная система Россия (УИС Россия): <http://uisrussia.msu.ru>
18. Электронная библиотечная система «Айбукс»: <http://ibooks.ru/>
19. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека»: www.biblioclub.ru.
20. Электронная библиотечная система издательства «Лань»: <http://e.lanbook.com/>
21. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда: <http://www.oxfordrussia.com>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office (Access, Excel, PowerPoint, Word и т. д.), Open Office, Skype, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используются следующие информационные справочные системы:

1. ЭБС ДВФУ - <https://www.dvfu.ru/library/electronic-resources/> ,
2. Электронная библиотека диссертаций РГБ - <http://diss.rsl.ru/> ,
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY - <http://elibrary.ru/defaultx.asp> ,
4. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" - <http://e.lanbook.com/> ,
5. Электронная библиотека "Консультант студента" - <http://www.studentlibrary.ru/> ,
6. Электронно-библиотечная система IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/> ,
7. Информационная система "ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам" - <http://window.edu.ru/> ,
8. Доступ к Антиплагиату в интегрированной платформе электронного обучения Blackboard ДВФУ - <https://bb.dvfu.ru/> ,
9. Доступ к электронному заказу книг в библиотеке ДВФУ - <http://lib.dvfu.ru:8080/search/query?theme=FEFU> ,

10. Доступ к расписанию https://www.dvfu.ru/schools/school_of_arts_culture_and_sports/student/the-schedule-of-educational-process/;

11. Доступ к рассылке писем. <http://mail.dvfu.ru/>

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения материалов учебного курса предлагаются практические занятия, консультации с преподавателем и самостоятельная работа студентов. Практические занятия призваны закрепить изученный материал, выработать у студентов навыки поиска и чтения научной литературы, анализа прочитанного, самостоятельного изложения прочитанного материала, постановки вопросов. Студент должен научиться кратко и доступно излагать прочитанное, запоминать материал.

Особо значимой для профессиональной подготовки студентов является самостоятельная работа по курсу. В ходе этой работы студенты отбирают необходимый материал по изучаемому вопросу и анализируют его. Самостоятельная работа с литературой включает в себя такие приемы как составление плана, тезисов, конспектов, самостоятельный анализ текстового материала.

В условиях самостоятельной работы над данным курсом, необходимо использовать современную периодическую литературу, рекомендованную к изучению и интернет ресурсы.

Содержание внеаудиторной самостоятельной работы определяется в соответствии с рекомендуемыми видами заданий, согласно рабочей программы учебной дисциплины.

Рекомендации по подготовке к зачёту

Главным условием успешной подготовки к зачету и содержательного ответа на зачете являются посещения всех без исключения занятий по специальному учебному курсу, качественная подготовка к семинарским занятиям и активное участие в них, работа с рекомендованной литературой, особенно с нормативно-правовыми актами. Необходимо систематически подходить к работе с текстами, уметь анализировать и обобщать те или иные теоретические положения и явления.

В ходе подготовки к зачету обучающиеся изучают заранее подготовленные вопросы по дисциплине. Перечень вопросов содержится в данных учебно-методических указаниях.

При подготовке к зачету внимательно изучают конспект, рекомендованную литературу и делают краткие записи по каждому вопросу.

Такая методика позволяет получить прочные и систематизированные знания, необходимые на зачете.

В ходе подготовки к ответам на зачете необходимо внимательно прочитать или выслушать вопрос преподавателя, понять его содержание. Затем составить письменно план ответа. Пунктами этого плана должны быть основные положения, раскрывающие содержание ответа. При ответе желательно вначале перечислить эти основные положения, а затем приступить к их раскрытию. Значительно обогатят ответ правильно названные источники, фамилии авторов, примеры из практики.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Мультимедийная аудитория:

Проектор 3-chip DLP, 10 600 ANSI-лм, WUXGA 1 920x1 200 (16:10) PT-DZ110XE Panasonic; экран 316x500 см, 16:10 с эл. приводом; крепление настенно-потолочное Elpro Large Electrol Projecta; профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м², Full HD M4716CCBA LG; подсистема видеоисточников документ-камера CP355AF Avervision; подсистема видеокоммутации; подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; подсистема интерактивного управления; беспроводные ЛВС обеспечены системой на базе точек доступа 802.11a/b/g/n 2x2 MIMO(2SS).



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВА, КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине «Система массовых коммуникаций»

**Направление подготовки 51.03.01 Культурология
профиль «Управление в социокультурной сфере»
Форма подготовки очная**

Владивосток

2015

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1	2- 8 неделя	Конспектирование научной литературы	10 час.	Проверка конспекта
2	3 неделя	Подготовка к практическим занятиям (дискуссия)	10 час.	Сообщение, Проверка конспекта
3	1 – 18 недели	Подготовка к собеседованию	10 час.	Собеседование
4	9, 14, 17 неделя	Подготовка к проекту	10 час.	Представление проекта
5	1- 18 неделя	Подготовка к решению кейсов	10 час.	Решение кейс-задач
6	13, 15 неделя	Подготовка к докладу	12 час	Доклад.
7	1- 18 неделя	Подготовка к зачёту	10 час.	Сдача зачёта

Характеристика заданий для самостоятельной работы студентов и методические рекомендации по их выполнению

1. Конспект

Конспект – это наиболее совершенная форма записей. Это слово произошло от лат (conspectus), что означает обзор, изложение.

В конспекте, составленном по правилам, сосредоточено самое главное, основное в изучаемой теме, разделе или произведении. В нем сосредоточено внимание на самом существенном, в кратких обобщенных формулировках приведены важнейшие теоретические положения.

Конспектирование

- способствует глубокому пониманию и прочному усвоению изучаемого материала;
- помогает выработке умений и навыков правильного, грамотного изложения в письменной форме теоретических и практических вопросов;
- формирует умения ясно излагать чужие мысли своими словами.

Конспект может быть текстуальным и тематическим.

В текстуальном конспекте сохраняется логика и структура изучаемого текста. Запись делается в соответствии с расположением материала в тексте или книге.

В тематическом конспекте это делается иначе: за его основу берется не план произведения, а содержание темы, проблемы.

Тематический конспект дает более или менее исчерпывающий ответ (в зависимости от числа привлеченных источников и другого материала) на поставленный вопрос-тему. Специфика этого конспекта заключается в разработке определенной темы по ряду источников; он может не отображать сколько-нибудь полно содержания каждого из используемых произведений. Составление тематического конспекта учит работать над темой, всесторонне обдумывая ее, анализируя различные точки зрения на один и тот же вопрос. Тематический конспект облегчает работу над темой при условии использования нескольких источников. Создавая тематический конспект, приходится мобилизовывать свои знания, привлекать личный опыт, наблюдения, концентрировать память, вспоминать события, факты, мысли, теорию, книгу, в которой вы встретили то или иное нужное вам положение и т.п.

Требования к представлению и оформлению конспекта.

1. Конспектирование начинается с лекции преподавателя, полученный материал структурируется и фиксируется в письменной форме.

2. По ранее зафиксированному плану производится обзор научной литературы.

3. Составление самого конспекта. Можно сказать, что конспект – это расширенные тезисы, дополненные рассуждениями и доказательствами, содержащимися в произведении, а также собственными мыслями и положениями составителя конспекта. Конспект также включает и выписки. В него могут включаться отдельные дословно цитируемые места произведений или материала, а также примеры, цифры, факты, схемы, взятые из конспектируемого произведения. Конспект требует большего наполнения знаниями, чем только фиксация неких сведений. Поэтому для полноценного и успешного конспектирования требуется дальнейшая работа над материалом и определения, связи того или иного произведения с другими в данной тематике или проблематике.

4. Оформление конспекта. Приступая к конспектированию, следует подумать и о его оформлении. Для этого требуется указать:

- название темы;
- выходные данные рассматриваемых источников;
- ключевые концепции по теме.

Писать конспект рекомендуется четко и разборчиво. Небрежная запись со временем становится малопонятной даже для ее автора. Существует общее

правило: конспект, составленный для себя, должен быть написан так, чтобы его легко прочитал кто-нибудь другой.

При конспектировании допускается сокращение слов, но здесь следует допускать известную осторожность и меру. Использование общеупотребительных сокращений не вызывает сомнений и опасений. В большинстве же случаев каждый составитель вырабатывает свои сокращения. Однако если они не систематизированы, то лучше их не применять. Случайные сокращения ведут к тому, что спустя некоторое время конспект становится непонятным и неудобочитаемым. Недопустимы сокращения в наименованиях и фамилиях.

В конспекте можно выделять места текста в зависимости от их значимости. Для этого применяются различного размера буквы, подчеркивания, замечания на полях.

В конспекте могут быть диаграммы, таблицы, схемы, которые придают ему наглядность, способствуют лучшему усвоению изучаемого материала.

Конспект, обычно ведется в тетрадях или на отдельных листках.

Записи в тетрадях:

- легче оформить,
- они занимают меньше места,
- их удобно брать и носить с собой на лекцию, семинары и т.д.

Рекомендуется оставлять в тетрадях поля для последующей работы над конспектом, для дополнительных записей, замечаний, пунктов плана. Тетрадный конспект вести намного легче, чем конспектировать на листках.

Однако конспект в тетради имеет и недостатки: в нем мало место для пополнения новыми сведениями, материалами, выводами, обобщениями.

Конспект на отдельных листках:

- из него удобно извлечь отдельную, понадобившуюся запись;
- его можно быстро пополнить листками с новыми сведениями и материалами, выводами и обобщениями;
- при подготовке выступлений лекций, докладов легко подобрать листики из различных конспектов, свести их вместе;
- в результате конспект может стать тематическим.

Недостатки конспекта на отдельных листках:

- необходимы папки для их хранения, которые можно перепутать, рассыпать;
- возникает также необходимость писать на них порядковый номер или какой-нибудь индекс, название конспектируемого произведения.

Однако такая затрата времени окупается мобильными и удобными преимуществами.

Тематика конспектов:

1. Специфика массовых коммуникаций в обществах античной и средневековой Европы.
2. Массовая коммуникация в древних и средневековых обществах Востока.
3. Уровни научных исследований массовых коммуникаций.
4. Роль социологии исследования массовых коммуникаций.
5. Зарубежные исследования массовых коммуникаций.
6. Отечественные исследования массовых коммуникаций.
7. Виды массовых коммуникаций.
8. Система массовых коммуникаций и социальное управление.
9. Понятие идеологии и идеологемы.
10. Понятие массово-коммуникативного процесса.
11. Общение как элемент массово-коммуникативного процесса.
12. Методы информационного воздействия на аудиторию
13. Факторы эффективности деятельности массовых коммуникаций.
14. Понятие массового сознания.

Литература для конспектирования:

1. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учебное пособие для вузов /Г. П. Бакулев. - М.: Аспект Пресс , 2010. – 192 с.
2. Гнатюк О. Л. Основы теории коммуникации : учебное пособие для вузов/ О. Л. Гнатюк Москва : КноРус , 2010. 256 с.
3. Головлева Е. В. Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие / Е. Л. Головлева. М: Академический Проект Екатеринбург : Деловая книга, 2009. 343 с.
4. Кириллова, Н.Б. Медиакультура : теория, история, практика: учебное пособие для вузов гуманитарных специальностей. – М.: Академический проект, 2008. 494 с.

5. Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Г. Киселёв. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 431 с.

6. Романов, А.А., Васильев, Г.А. Массовые коммуникации: учебное пособие для вузов / А.А. Романов, Г.А. Васильев. – М.: Вузовский учебник, 2009. – 235 с.

7. Тавокин, Е. П. Массовая коммуникация как научная категория[Электронный ресурс] / Е. П. Тавокин // Массовая коммуникация в структуре социальной информатиологии. Материалы методологического семинара. - М. : Изд-во РАГС, 2005. - С. 39 - 55.

8. Учёнова, В. В. Реклама и массовая культура: Служанка или госпожа? / В. В. Учёнова. - М.: ЮНИТИДАНА, 2012. - 248 с.

Критерии оценки конспектов научной литературы:

- ✓ 100-85 баллов - выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно
- ✓ 85-76 баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы
- ✓ 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы
- ✓ 60-50 баллов – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая

составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

2. Доклад

Доклад – содержательно подготовленный устный научный текст, как правило, опирающийся на написанные реферат, статью, диссертацию и т.п. (даже в случаях, когда докладчик не обращается к тексту при выступлении), обладающий четкой композиционной и жанровой оформленностью, а также характерными чертами устной научной речи. Цель доклада – не только сообщить определенную информацию, но и, обеспечив активное логическое мышление слушателей, добиться ее усвоения.

Структура доклада:

- формулировка гипотезы;
- тезис;
- аргументация (доводы);
- вывод;
- обобщение.

Технология подготовки доклада:

1. Сформулируйте тему и основную идею доклада. Подумайте, соответствуют ли тема и цель Вашего доклада уровню знаний, интересам и установкам слушателей.

2. Отберите материал на 5-10 минут звучащего текста.

3. Составьте план доклада, учитывая задачи его композиционных частей.

а. вступление:

- пробудить интерес к теме предстоящего доклада;
- установить контакт;
- подготовить слушателей к восприятию выступления;
- обосновать постановку вопроса.

б. главная часть:

- последовательно разъяснить выдвинутые положения;
- доказать их правильность;
- подвести слушателей к необходимым выводам.

в. заключение:

- суммировать сказанное;
- повысить интерес к предмету речи;
- подчеркнуть значение сказанного.

Приемы активизации внимания аудитории в докладе:

- апелляция к событию, времени, месту;
- обращение к жизненным интересам слушателей;

- возбуждение любопытства;
- обращение к борьбе, конфликту;
- демонстрация какого-либо предмета;
- рассказ о себе, личном опыте, случае из жизни, о прочитанном;
- цитирование знакомого;
- цитирование знаменитости;
- исторический эпизод;
- ссылка на общеизвестный и общедоступный источник информации;
- постановка проблемного вопроса и ответ на него;
- риторический вопрос;
- изложение цели и задачи выступления.

Главная часть выступления:

- вопросы к аудитории;
- организация дискуссии;
- обращение к отдельным слушателям;
- акцентировка отдельных слов, фраз, мыслей;
- неожиданное краткое отвлечение от темы;
- физическое привлечение внимание (например, демонстрация какого-то предмета)

- усиление эмоциональности речи;

Заключение доклада:

- подытоживающее повторение;
- иллюстрация;
- цитата, крылатое изречение, пословица;
- кульминация;
- обобщающий вывод;
- комплимент аудитории;
- обращение к слушателям;
- юмористическая концовка;
- благодарность за внимание.

В процессе реализации дисциплины «Проектирование маркетинговых коммуникаций» подготовка обучающимися докладов предусмотрена в рамках круглых столов и научных дискуссий.

Темы для докладов:

1. Массовое сознание и массовые коммуникации.
2. Индивидуальное, групповое, быденное сознание.
3. Общественное мнение. Сущность общественного мнения.
4. Массовые коммуникации как социальный институт.
5. Пресса и власть.

6. Типы средств массовых коммуникаций.
7. Этические нормы в деятельности системы массовых коммуникаций.
8. Антисоциальные эффекты массово-коммуникативной деятельности.
9. Понятие и структура жанров массовой коммуникации.
10. Сущность свободы деятельности системы массовых коммуникаций.
11. Четыре концепции свободы прессы.
12. Свобода и ответственность в деятельности массовых коммуникаций.
13. Зависимая и независимая пресса.
14. Методы исследований массовых коммуникаций.
15. Особенности культурологических исследований телевидения и радиовещания.
16. Прогностическая роль культурологических исследований массовых коммуникаций.
17. Кинематограф как средство массовой коммуникации.
18. Средства достижения влияния в кинематографе
19. Интернет как пространство свободной коммуникации
20. Коммуникативные особенности современного массового туризма

Критерии оценки устного доклада:

✓ 100-85 баллов - выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ 85-76 баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

✓ 60-50 баллов – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

3. Проект

Проект – совокупность мероприятий, направленных на достижение определённой и четко структурированной цели в конкретные сроки с привлечением оптимальных средств и ресурсов.

Проект представляет собой конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Технология разработки проектов включает в себя следующие этапы:

• разработка замысла проекта в соответствии с требованиями программы по следующей структуре:

- аудитория проекта (т.е. характеристика проблем целевой группы и лиц, непосредственно получающих пользу от проекта);
- цели и задачи проекта;
- содержание проекта;
- организация-исполнитель (или форма реализации проекта);
- планируемые результаты и критерии эффективности.

Темы проектов:

1. Концепция печатного издания социально-культурной направленности
2. Концепция радиостанции социально-культурной направленности
3. Организация массового культурного мероприятия
4. Проект «Сайт информационно-развлекательного характера»

5. Концепция курсов по изучению одного из элементов системы массовой коммуникации (телевидение, радио, пресса, интернет канал)
6. Концепция анти-кафе с возможностью просмотра кинофильмов.
7. Разработка экскурсионной программы для массового туризма в г. Владивостоке.

Критерии оценки проекта:

✓ 100-85 баллов - выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ 85-76 баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Пр продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

✓ 60-50 баллов – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

4. Собеседование

Собеседование - это беседа равных людей, у каждого из которых есть своя позиция, имеющая право на существование, и определенный круг интересов

1. Студент должен выбрать тему собеседования. Темы предлагаются преподавателем или студент может предложить свою, соответствующий, изучаемой проблеме.

2. Студент должен проявить интерес к выбранной теме. Если для студента взятый вопрос совершенно не знаком, то информацию следует уточнить у преподавателя. Иначе, доклад, сделанный без понимания самим студентом, не сможет быть воспринятым аудиторией.

3. Собеседование проходит устно на одном из семинарских занятий. Главный акцент делается на умении студента устно изложить содержание изученного материала.

4. Подготовка к собеседованию предполагает предварительное ознакомление с первоисточниками, анализ их текстов, систематизацию материала. При выполнении этого вида работы студент должен показать свое умение анализировать содержание прочитанной литературы, выделять главную проблему, формулировать своё отношение к ней.

5. Главная особенность собеседования заключается в том, что перед студентом стоит задача продемонстрировать своё умение кратко изложить основные положения изученного материала, быть готовым ответить на заданные вопросы.

6. Как форма свободного общения с группой, собеседование позволяет студенту продумать возможность организации обратной связи в работе с группой – задать вопросы по теме доклада, попросить студентов группы высказать своё мнение по рассматриваемой проблеме, организовать обсуждение.

Тематика собеседований:

1. Массовые коммуникации и их роль в социальных процессах.

2. Исторические предпосылки возникновения систем массовой коммуникации.

3. Университетское сообщество Европы средних веков и раннего нового времени в системе массовых коммуникаций своей эпохи.

4. Журналистика как составная часть содержания массовых коммуникаций.

5. Место и роль массовых коммуникаций в коммуникативном пространстве.
6. Роль массовых коммуникаций в интеграции общества.
7. Массовые коммуникации и социальное управление.
8. Модели и методы массовых коммуникаций как формы социального управления.
9. Массовые коммуникации как социальный процесс.
10. Методы информационного воздействия на аудиторию.
11. Факторы эффективности воздействия массовых коммуникаций.
12. Массовое сознание и его роль в деятельности массовых коммуникаций.
13. Теоретические аспекты исследования массового сознания.
14. Общественное мнение как состояние массового сознания.
15. PR как способ воздействия и формирования общественного мнения.
16. Факторы эффективности деятельности средств массовых коммуникаций.

Критерии оценки собеседования:

✓ 100-85 баллов - выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ 85-76 баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки

при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

✓ 60-50 баллов – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

5. Дискуссия

Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповая дискуссия. Для проведения такой дискуссии все студенты, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии.
2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.
3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.
4. Подобрать литературу.
5. Выписать тезисы.

6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

Особенности дискуссии:

Дискуссия предполагает включенность в работу всей группы студентов.

Студенты должны обязательно изучить данный материал не по одному источнику, а расширить свой кругозор по выбранной теме, из различных источников (научная литература, научные журналы, СМИ, интернет ресурсы, справочники и т.д.).

При изучении вопросов необходимо обратиться не только к традиционным материалам, но и учитывать другие точки зрения. Изучение большого количества материала помогает студенту выразить свое мнение, доказать его и дать оценку.

Дискуссия не должна превращать в бесформенные выкрики, и содержать ответы: «согласен» - «не согласен», «хорошо» - «плохо», «я так думаю», «мне так кажется». Данные виды ответов показывают не готовность студента к дискуссии.

Студент должен отстаивать свою точку зрения, аргументировать ее, делать выводы, задавать вопросы оппоненту.

В ходе дискуссии студенты могут менять свою точку зрения, ведь только в споре рождается истина.

В конце диспута всегда делается вывод и анализируется сколько человек остались верны своим позициям, кто изменил свое мнение.

Очень важно в конце дискуссии сделать обобщения, сформулировать выводы, показать, к чему ведут ошибки и заблуждения, отметить все идеи и находки группы.

Таким образом, дискуссия предполагает высокую умственную активность его участников. Семинар - дискуссия прививает студентам умение вести полемику, обдумывать обсуждаемый материал, отстаивать свои взгляды и усовершенствовать свое ораторское искусство.

Вопросы дискуссии:

1. Публицистика как тип творчества.
2. Система массовых коммуникаций как форма социального контроля.
3. Понятие четвёртой власти в деятельности массовых коммуникаций.

4. Правовые нормы в деятельности средств массовых коммуникаций.

5. Этические нормы в деятельности средств массовых коммуникаций.

6. Коммуникатор как субъект деятельности массовых коммуникаций.

7. Ценности как основа целеполагания в массово-коммуникативной деятельности.

8. Проблема свободы журналистской деятельности.

9. Власть и пресса: грани взаимодействия.

10. Концепции свободы прессы.

11. Проблема ответственности прессы.

12. Роль массовых коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости общества.

13. Проблема субъектов, ценности и свободы в деятельности массовых коммуникаций.

14. Медиометрия и социометрия в исследованиях массовых коммуникаций.

15. Особенности анализа печати.

16. Особенности анализа радио и телевидения.

17. Контент-анализ как социологический метод изучения средств массовой коммуникации.

18. Роль профессиональной критики деятельности массовых коммуникаций.

Критерии оценки участников дискуссии:

✓ 100-85 баллов - выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ 85-76 баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

✓ 60-50 баллов – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

6. Кейсы

Цель метода кейсов - научить обучающихся анализировать проблемную ситуацию – кейс, возникшую при конкретном положении дел, и выработать решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать ее из одной формы в другую.

Метод кейсов способствует развитию у обучающихся самостоятельного мышления, умения выслушивать и учитывать альтернативную точку зрения, аргументировано высказать свою. С помощью этого метода студенты имеют возможность проявить и усовершенствовать аналитические и оценочные навыки, научиться работать в команде, находить наиболее рациональное решение поставленной проблемы.

Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшие из них.

По объему информации можно выделить объемные кейсы (до 1 страницы) и мини - кейсы (несколько предложений).

Объемные кейсы предназначены для разбора ситуаций непосредственно на занятии и подразумевают общую дискуссию.

Мини - кейсы предназначены для самостоятельного выполнения с целью демонстрации навыков студентов при изучении учебного курса.

Важным аспектом при реализации метода case-study выступает презентация результатов анализа кейса и ответов на поставленные в нем вопросы. Устная презентация обладает свойством кратковременного воздействия на студентов и, поэтому, трудна для восприятия и запоминания. Это определяет необходимость письменной презентации, которая более структурирована и детализирована. Основное правило письменного анализа кейса заключается в том, чтобы избегать простого повторения информации из текста, то есть информация должна быть представлена в переработанном виде. Самым важным при этом является собственный анализ представленного материала, его соответствующая интерпретация и сделанные предложения. Презентация кейсов может быть индивидуальная или групповая в зависимости от сложности и объема

Выполнение кейс – заданий предполагает следующие этапы:

1 этап. Проанализировать представленную в кейсе ситуацию.

2 этап. Определить какие теоретические положения можно применить к анализу данной ситуации.

3 этап. Сформулировать конкретный ответ на каждый вопрос, представленный в кейсе.

4 этап. Представить четкие ответы на поставленные вопросы.

Материалы кейсов

Объемные кейсы:

Кейс №1.

Прочитайте статью Е.П.Тавокина «Информация как научная категория» (Социологические исследования. 2006. № 11. С. 3-10.) Ответьте на следующие вопросы:

- Как менялось содержание термина информация в ходе развития науки и технических средств массовых коммуникаций?

- В каком значении в настоящее время выступает термин «информация»?

- Проиллюстрируйте примерами обмен данными между людьми, между человеком и автоматом, между автоматом и автоматом, а также обмен сигналами в животном и растительном мире.

- Перечислите основные функции информации в современном мире.

Кейс №2.

Определите основные этапы становления и развития теории коммуникации.

Систематизируйте материал темы в виде схемы по разделам: период,

основные теории изучения коммуникации, имена специалистов, подходы к

изучению коммуникации. Определите имена отечественных и зарубежных

ученых, которые, по-вашему, внесли значительный вклад в развитие

социологии коммуникации. Аргументируйте свою точку зрения.

Мини-кейсы:

Кейс №3.

Подберите и проанализируйте истории о потреблении в телевизионных программах, кино, Интернете (на выбор).

Как в этих текстах связаны «стили жизни», «идентичности» и практики потребления?

Кейс №2.

Одним из государственных языков Швейцарии является ретророманский. Узнайте историю его создания. Каким языком естественным или искусственным он является? Аргументируйте свою точку зрения.

Кейс №3.

«Аргументы и факты» (2015 г., №36, с.6) опубликовали информацию о том, что последние 4 года китайские мигранты выращивали урожай на территории Приморского края, ни с кем не согласуя свои методы. Они поливали овощи запрещенными препаратами. Изымать опасную продукцию из продажи специалисты Россельхознадзора не имели права, поскольку такое решение должен был принять Роспотребнадзор, который не нашел существенных доказательств неправомочности действий граждан КНР. Вопросы и задания: Определите, какая возможна реакция на данное сообщение у приморцев по отношению к местным властям; по отношению к

гражданам КНР. Опишите, используя одну или несколько психологических теорий массовой коммуникации (научения, социализации, использования и удовлетворения, конструирования и др.)

Кейс №4.

В газете «Коммерсант» (2015 г., №43, ноябрь) в статье «Каждый второй – «ипотечник»» опубликована информация о том, что на вторичном рынке жилья каждый второй-третий покупатель привлекает деньги по ипотечным схемам. Развитие ипотеки «подгоняет» рост цен на недвижимость. В свою очередь повышение цен приводит к тому, что все меньшее число покупателей могут купить квартиру без кредита. Вопросы и задания: Проанализируйте, на какую аудиторию рассчитана данная статья. Опишите данный тип аудитории, выделите разные критерии. Какие чувства она может вызвать у различных категорий аудитории?

Критерии оценки кейс-задач:

✓ 100-86 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа объектов культуры. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет

✓ 85-76 баллов работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

✓ 75-61 баллов проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

✓ 60-50 баллов если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВА, КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
«Проблемы изучения массовой культуры»
Направление подготовки 51.03.01 культурология
профиль «Система массовых коммуникаций»
Форма подготовки очная

**Владивосток
2015**

Паспорт ФОС

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
(ПК-4) готовностью к использованию современного знания о культуре и социокультурной деятельности (концепций и инструментария) в организационно-управленческой работе	Знает	Достижения отечественной и зарубежной науки о культуре и социокультурной деятельности
	Умеет	творчески адаптировать концепции и инструментарий к практике в организационно-управленческой работе
	Владеет	навыками профессиональной деятельности при организации организационной работы в социокультурной деятельности.
(ПК-5) способностью применять на практике знание теоретических основ управления в социокультурной сфере, находить и принимать управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность	Знает	способы принятия нестандартных решений
	Умеет	отвечать за свои решения в рамках профессиональной компетенции, разрешать проблемные ситуации
	Владеет	способностью к принятию ответственности за свои решения в рамках профессиональной компетенции, принимать нестандартные решения, разрешать проблемные ситуации

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	Раздел 1. Культура массовых коммуникаций как объект	(ПК-4)	знает	ОУ-1 собеседовани е	Вопросы к зачету № 1,2,3, 4, 5, 11
		умеет	ОУ-3	Вопросы к	

	исследования			сообщение, доклад ПР-7 Конспект ПР-11 Кейс- задача	зачету № 6,7,8
			владеет	ОУ-4 Круглый стол, ПР-9 Проект ПР-11 Кейс- задача	Вопросы к зачету № 9,10, 12
2	Раздел 2. Система средств массовых коммуникаций	(ПК-5)	знает	ОУ-1 Собеседовани е	Вопросы к зачету № 13, 14, 26, 27
	Раздел 3. Особенности современных средств массовых коммуникаций		умеет	ОУ-3 сообщение, доклад ПР-7 Конспект ПР-9 Проект	Вопросы к зачету № 15,16,18, 19, 20, 21
			владеет	ОУ-4 Круглый стол, ПР-9 Проект	Вопросы к зачету № 17, 22,23,24,25

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	критерии	показатели	баллы	
ПК-4 готовностью к использованию современного знания о культуре и социокультурной деятельности (концепций и инструментария) в организационно- управленческой работе	знает (порог овый уровен ь)	-систему научного знания включающего теории массовых коммуникаций, стратегии разрешения проблем в отрасли;	знание концепции, объясняющ их основные понятия системы массовой коммуника ции	способен охарактери зовать концепции , объясняю щих основные понятия массовой коммуника ции, а так же ситааций использова ния различных	45- 64

				средств массовой коммуникации	
	умеет (продвинутой)	- оперировать основными теоретическими знаниями о системе массовой коммуникации и проблемах ее изучения ;	умение адаптировать достижения науки, к современной практике,	способен разработать проекты на основе изучения запросов, интересов тех или иных крупных групп общества	65-84
	владеет (высокий)	- актуальными средствами, методами, технологиями, способами определения приоритетных видов профессиональной деятельности и использования их для решения задач	владение технологиями в профессиональной деятельности и социальной практике, с использованием основных знаний о современной системе массовых коммуникаций	способен анализировать и планировать, проектировать и реализовывать проекты в области массовой коммуникации	85-100
ПК-5 способностью применять на практике знание теоретических основ управления в социокультурной сфере, находить и	знает (пороговый уровень)	технологии создания и ведения проектов в сфере массовой коммуникации	знание новейших достижений практики	способен раскрыть суть и охарактеризовать отечественные и зарубежные	45-64

принимать управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность				технологии и в области массовой коммуникации средств распространения информации	
	умеет (продвинутой)	создавать и вести проекты и мероприятия в рамках социокультурной деятельности с применением современных средств массовой коммуникации	умение проводить анализ и представлять интегративную информацию в области проектирования массовой коммуникации для принятия управленческих решений	способен применять современные научные знания при проектировании продуктов связанных с системой массовой коммуникации	65-84
	владеет (высокой)	Навыками применения инновационного опыта из различных отраслей культурологического знаний для решения практических задач в организационно-управленческой работе.	владение актуальными и способами определения приоритетных видов профессиональной деятельности	способен принимать ответственность за свои решения в рамках профессиональной компетенции, принимать нестандартные решения, разрешать проблемные ситуации	85-100

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Промежуточная аттестация студентов.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в виде зачета. Зачет проводится в 7 семестре в форме собеседования по зачетным вопросам.

Вопросы к зачету

1. Понятия «информация» и «коммуникация». Типология коммуникаций.
2. Базовые модели коммуникации: формула Лассуэлла, модель Шеннона- Уивера
3. Основные функции коммуникации: информационная, регулирующая и культурологическая
4. Понятие массовой коммуникации.
5. Возникновение массовой коммуникации: предпосылки и причины.
6. Теоретический, прагматический и экспериментально-прикладной аспекты изучения массовых коммуникаций: медиа-ориентированный подход, социально-ориентированный подход, культурологический подход.
7. Марксистская традиция анализа массовой коммуникации
8. Франкфуртская школа о массовой коммуникации.
9. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации.
10. Д. Маккуэйл о культуре медиа. Задачи изучения медиакультуры. Функции медиакультуры.
11. Информационно-коммуникативное пространство и его характеристика.
12. Инструментарий (средства) информационного воздействия.
13. Влияние характера средств коммуникации на характер культуры и смену исторических эпох.
14. Структура системы массовой коммуникации: печать, кино, радио, телевидение, интернет.
15. Структура индустрии печатных медиа: основные формы изданий.
16. Специфика радио как средства массовой коммуникации.
17. Особенности аудитории радиостанций.
18. М. Маклюэн о специфике телевизионного образа
19. Специфика телевидения: непосредственность, simultaneity, зрелищность. Особенности телевизионного формата.

20. Особенности интернета как средств массовой коммуникации
21. Р. Снедден и М. Кастельс о создании и функциях Интернет.
22. Анализ целевой аудитории и выбор ключевых коммуникаторов.
23. Особенности изучения теле- и радиоаудитории
24. Факторы, определяющие состав и границы массовой аудитории.

Методы изучения аудитории.

25. Цели коммуникатора и цели аудитории. Эффекты и эффективность коммуникации.

26. Информационные каналы и особенности развития средств массовой коммуникации в условиях глобализации

27. Влияние массовой коммуникации на национальные культуры и на национальные ценности.

Критерии выставления оценки студенту на зачете

Баллы (рейтингов ой оценки)	Оценка зачета (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
85-100	«зачтено»/ «отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил теоретические основы и метод культурологии, категории и концепции, связанные изучением культурных форм, процессов, практик. Исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает. Способен осуществлять профессиональную коммуникацию. Умеет тесно увязывать теорию практикой, свободно справляется с вопросами и другим видами применения знаний, причем не затрудняется ответом при видоизменении заданий, использует в ответ самостоятельно найденный материал, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
65-84	«зачтено»/ «хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает теоретические основы и методы культурологии, категории и концепции, связанные с изучением культурных форм, процессов, практик. Грамотно и по существу осуществляет профессиональную коммуникацию, допуская несущественные неточности в ответе на вопрос. Может применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
45-64	«зачтено»/ «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания теоретических основ и методов культурологии, категории и концепции, но не усвоил его деталей, допускает серьезные неточности в профессиональной коммуникации, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного

		материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.
--	--	--

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Темы для конспектирования:

1. Специфика массовых коммуникаций в обществах античной и средневековой Европы.
2. Массовая коммуникация в древних и средневековых обществах Востока.
3. Уровни научных исследований массовых коммуникаций.
4. Роль социологии исследования массовых коммуникаций.
5. Зарубежные исследования массовых коммуникаций.
6. Отечественные исследования массовых коммуникаций.
7. Виды массовых коммуникаций.
8. Система массовых коммуникаций и социальное управление.
9. Понятие идеологии и идеологемы.
10. Понятие массово-коммуникативного процесса.
11. Общение как элемент массово-коммуникативного процесса.
12. Методы информационного воздействия на аудиторию
13. Факторы эффективности деятельности массовых коммуникаций.
14. Понятие массового сознания.

Рекомендуемая для конспектирования литература

1. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учебное пособие для вузов /Г. П. Бакулев. - М.: Аспект Пресс , 2010. – 192 с.
2. Гнатюк О. Л. Основы теории коммуникации : учебное пособие для вузов/ О. Л. Гнатюк Москва : КноРус , 2010. 256 с.
3. Головлева Е. В. Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие / Е. Л. Головлева. М: Академический Проект Екатеринбург : Деловая книга, 2009. 343 с.
4. Кириллова, Н.Б. Медиакультура : теория, история, практика: учебное пособие для вузов гуманитарных специальностей. – М.: Академический проект, 2008. 494 с.
5. Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Г. Киселёв. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 431 с.
6. Романов, А.А., Васильев, Г.А. Массовые коммуникации: учебное пособие для вузов / А.А. Романов, Г.А. Васильев. – М.: Вузовский учебник, 2009. – 235 с.
7. Тавокин, Е. П. Массовая коммуникация как научная категория[Электронный ресурс] / Е. П. Тавокин // Массовая коммуникация в структуре социальной информатиологии. Материалы методологического семинара. - М. : Изд-во РАГС, 2005. - С. 39 - 55.
8. Учёнова, В. В. Реклама и массовая культура: Служанка или госпожа? / В. В. Учёнова. - М.: ЮНИТИДАНА, 2012. - 248 с.

Критерии оценки конспекта:

- ✓ 100-86 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа объектов культуры
- ✓ 85-76 баллов работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов.

Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

✓ 75-61 баллов проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

✓ 60-50 баллов если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы.

Вопросы для дискуссии:

1. Публицистика как тип творчества.
2. Система массовых коммуникаций как форма социального контроля.
3. Понятие четвёртой власти в деятельности массовых коммуникаций.
4. Правовые нормы в деятельности средств массовых коммуникаций.
5. Этические нормы в деятельности средств массовых коммуникаций.
6. Коммуникатор как субъект деятельности массовых коммуникаций.
7. Ценности как основа целеполагания в массово-коммуникативной деятельности.
8. Проблема свободы журналистской деятельности.
9. Власть и пресса: грани взаимодействия.
10. Концепции свободы прессы.

11. Проблема ответственности прессы.
12. Роль массовых коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости общества.
13. Проблема субъектов, ценности и свободы в деятельности массовых коммуникаций.
14. Медиометрия и социометрия в исследованиях массовых коммуникаций.
15. Особенности анализа печати.
16. Особенности анализа радио и телевидения.
17. Контент-анализ как социологический метод изучения средств массовой коммуникации.
18. Роль профессиональной критики деятельности массовых коммуникаций.

Критерии оценки участников дискуссии:

✓ 100-86 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа объектов культуры
Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет

✓ 85-76 баллов работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

✓ 75-61 баллов проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные

источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

✓ 60-50 баллов если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы.

Темы проектов:

1. Концепция печатного издания социально-культурной направленности
2. Концепция радиостанции социально-культурной направленности
3. Организация массового культурного мероприятия
4. Проект «Сайт информационно-развлекательного характера»
5. Концепция курсов по изучению одного из элементов системы массовой коммуникации (телевидение, радио, пресса, интернет канал)
6. Концепция анти-кафе с возможностью просмотра кинофильмов.
7. Разработка экскурсионной программы для массового туризма в г. Владивостоке.

Критерии оценки проектов:

✓ 100-86 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа объектов культуры. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет

✓ 85-76 баллов работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

✓ 75-61 баллов проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

✓ 60-50 баллов если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы.

Вопросы для собеседования

1. Массовые коммуникации и их роль в социальных процессах.
2. Исторические предпосылки возникновения систем массовой коммуникации.
3. Университетское сообщество Европы средних веков и раннего нового времени в системе массовых коммуникаций своей эпохи.
4. Журналистика как составная часть содержания массовых коммуникаций.
5. Место и роль массовых коммуникаций в коммуникативном пространстве.
6. Роль массовых коммуникаций в интеграции общества.
7. Массовые коммуникации и социальное управление.
8. Модели и методы массовых коммуникаций как формы социального управления.
9. Массовые коммуникации как социальный процесс.
10. Методы информационного воздействия на аудиторию.
11. Факторы эффективности воздействия массовых коммуникаций.
12. Массовое сознание и его роль в деятельности массовых коммуникаций.

13. Теоретические аспекты исследования массового сознания.
14. Общественное мнение как состояние массового сознания.
15. PR как способ воздействия и формирования общественного мнения.
16. Факторы эффективности деятельности средств массовых коммуникаций.

Критерии оценки собеседования:

✓ 100-86 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа объектов культуры Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет

✓ 85-76 баллов работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

✓ 75-61 баллов проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

✓ 60-50 баллов если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы.

Рекомендуемые темы для докладов и сообщений

1. Массовое сознание и массовые коммуникации.
2. Индивидуальное, групповое, обыденное сознание.
3. Общественное мнение. Сущность общественного мнения.

4. Массовые коммуникации как социальный институт.
5. Пресса и власть.
6. Типы средств массовых коммуникаций.
7. Этические нормы в деятельности системы массовых коммуникаций.
8. Антисоциальные эффекты массово-коммуникативной деятельности.
9. Понятие и структура жанров массовой коммуникации.
10. Сущность свободы деятельности системы массовых коммуникаций.
11. Четыре концепции свободы прессы.
12. Свобода и ответственность в деятельности массовых коммуникаций.
13. Зависимая и независимая пресса.
14. Методы исследований массовых коммуникаций.
15. Особенности культурологических исследований телевидения и радиовещания.
16. Прогностическая роль культурологических исследований массовых коммуникаций.
17. Кинематограф как средство массовой коммуникации.
18. Средства достижения влияния в кинематографе
19. Интернет как пространство свободной коммуникации
20. Коммуникативные особенности современного массового туризма

Критерии оценки докладов и сообщений:

✓ 100-86 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа объектов культуры
Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет

✓ 85-76 баллов работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

✓ 75-61 баллов проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых

основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

✓ 60-50 баллов если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы.

Задания для кейсов на практических занятиях

Объемные кейсы:

Кейс №1.

Прочитайте статью Е.П.Тавокина «Информация как научная категория» (Социологические исследования. 2006. № 11. С. 3-10.) Ответьте на следующие вопросы:

• Как менялось содержание термина информация в ходе развития науки и технических средств массовых коммуникаций?

• В каком значении в настоящее время выступает термин «информация»?

• Проиллюстрируйте примерами обмен данными между людьми, между человеком и автоматом, между автоматом и автоматом, а также обмен сигналами в животном и растительном мире.

• Перечислите основные функции информации в современном мире.

Кейс №2.

Определите основные этапы становления и развития теории коммуникации.

Систематизируйте материал темы в виде схемы по разделам:
период,

основные теории изучения коммуникации, имена специалистов,
подходы к

изучению коммуникации. Определите имена отечественных и
зарубежных

ученых, которые, по-вашему, внесли значительный вклад в
развитие

социологии коммуникации. Аргументируйте свою точку зрения.

Мини-кейсы:

Кейс №3.

Подберите и проанализируйте истории о потреблении в телевизионных программах, кино, Интернете (на выбор).

Как в этих текстах связаны «стили жизни», «идентичности» и практики потребления?

Кейс №2.

Одним из государственных языков Швейцарии является ретророманский. Узнайте историю его создания. Каким языком естественным или искусственным он является? Аргументируйте свою точку зрения.

Кейс №3.

«Аргументы и факты» (2015 г., №36, с.6) опубликовали информацию о том, что последние 4 года китайские мигранты выращивали урожай на территории Приморского края, ни с кем не согласуя свои методы. Они поливали овощи запрещенными препаратами. Изымать опасную продукцию из продажи специалисты Россельхознадзора не имели права, поскольку такое решение должен был принять Роспотребнадзор, который не нашел существенных доказательств неправомочности действий граждан КНР. Вопросы и задания: Определите, какая возможна реакция на данное сообщение у приморцев по отношению к местным властям; по отношению к гражданам КНР. Опишите, используя одну или несколько психологических теорий массовой коммуникации (научения, социализации, использования и удовлетворения, конструирования и др.)

Кейс №4.

В газете «Коммерсант» (2015 г., №43, ноябрь) в статье «Каждый второй – «ипотечник»» опубликована информация о том, что на вторичном рынке жилья каждый второй-третий покупатель привлекает деньги по ипотечным схемам. Развитие ипотеки «подгоняет» рост цен на недвижимость. В свою очередь повышение цен приводит к тому, что все меньшее число покупателей могут купить квартиру без кредита. Вопросы и задания: Проанализируйте, на какую аудиторию рассчитана данная статья. Опишите данный тип аудитории, выделите разные критерии. Какие чувства она может вызвать у различных категорий аудитории?

Критерии оценки кейс-задач:

✓ 100-86 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа объектов культуры Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет

✓ 85-76 баллов работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

✓ 75-61 баллов проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

✓ 60-50 баллов если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы.