



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»
Кафедра политологии, истории и регионоведения

УТВЕРЖДАЮ
Декан исторического факультета

Ю. А. Зуляр
20 мая 2020 г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.20 КУЛЬТУРА МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Направление подготовки: 51.03.01 Культурология

Профиль подготовки: Государственная культурная политика

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

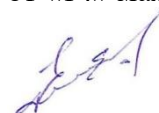
Форма обучения: очная

(в случае необходимости программа может быть реализована с использованием электронного обучения, дистанционных образовательных технологий)

Согласовано с УМК
исторического факультета
Протокол № 8 от «18» мая 2020 г.

Рекомендовано кафедрой политологии,
истории и регионоведения
Протокол № 6 от «14» мая 2020 г.

Председатель  Р. Ю. Зуляр

Зав. кафедрой  Ю. А. Зуляр

Иркутск 2020 г.

Содержание

1. Цели и задачи дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	3
3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)	3
4. Содержание и структура дисциплины	
4.1 Трудоемкость дисциплины	4
4.1.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов	5
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	5
4.3 Содержание учебного материала	9
4.3.1 Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	11
4.3.2 Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение студентами в рамках самостоятельной работы (СРС)	16
4.4 Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	19
4.5 Примерная тематика курсовых работ (проектов)	21
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля):	21
а) основная литература;	21
б) дополнительная литература;	21
в) список авторских методических разработок;	21
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы	21
6. Материально-техническое обеспечение дисциплины	26
6.1 Программное обеспечение	26
6.2 Учебно-лабораторное оборудование, технические и электронные средства	27
7. Образовательные технологии	28
Оценочные средства для текущего контроля и промежуточной аттестации	28

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ:

Основной целью дисциплины **Б1.В.20 «Культура массовых коммуникаций»** является воспитание осознания родной культуры и других культур, формирование вторичной языковой личности, способной эффективно общаться с представителями других культур, успешно преодолевать барьеры и конфликты общения.

Задачи дисциплины Б1.В.20 «Культура массовых коммуникаций»:

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Дисциплина **Б1.В.20 «Культура массовых коммуникаций»** относится к обязательной части учебного плана, и изучается в 8-м семестре 4-го курса.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы базовые знания, умения и навыки в области межкультурной коммуникации. Предшествующие дисциплины: Б1. В.16 «Деловая коммуникация в сфере культуры».

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Данная дисциплина изучается в последнем семестре, последующих дисциплин нет.

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по направлению подготовки (специальности):

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-1 Способен разрабатывать различные типы социокультурных проектов в области культурной политики, межкультурной коммуникации, международного культурного сотрудничества	ИДК _{ПК1.1} Осуществляет организационное, документационное, информационное обеспечение и исполнительское сопровождение деятельности руководителя организации в рамках профессиональных обязанностей	Знать: организационное, документационное, информационное обеспечение и исполнительское сопровождение деятельности руководителя организации в рамках профессиональных обязанностей. Уметь: разрабатывать различные типы социокультурных проектов в области культурной политики, межкультурной коммуникации, международного культурного сотрудничества. Владеть: навыками организационного, документационного, информационного обеспечения для применения в профессиональной деятельности.

	ИДК _{ПК1.2} Организует и проводит мероприятия общественно-культурной направленности	Знать: механизмы организации и проведения культурных мероприятий. Уметь: применять на практике механизмы и принципы организации и проведения культурных мероприятий. Владеть: навыками организации и проведения мероприятий общественно-культурной направленности.
	ИДК _{ПК1.3} Осуществляет межкультурную коммуникацию	Знать: основные определения, виды и концепции межкультурной коммуникации. Уметь: ориентироваться в межкультурной среде, выстраивать профессиональное общение между представителями различных культур. Владеть: навыками межкультурной коммуникации.

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.
Форма промежуточной аттестации: зачет.

Вид учебной работы	Всего часов / зачетных единиц	Семестры
		8
Аудиторные занятия (всего)	80	80
В том числе:	-	-
Лекции	40	40
Практические занятия (ПЗ)	40	40
КСР	-	-
Самостоятельная работа (всего)	28	28
В том числе:	-	-
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>	-	-
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет
Контактная работа (всего)	80	80
Общая трудоемкость часы зачетные единицы	108	108
	3	3

4.1.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр 8	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа	
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации		
I	Культура массовых коммуникаций: основные категории.						
1	Массовая культура как порождение массовой коммуникации.		1	1	-	2	Собеседования.
2	Знаковый и коммуникативный характер культуры.		3	3	-	2	Собеседования.
3	Информационное общество и его культура.		4	4	-	2	Собеседования.
4	Массовое общество и его культура.		4	4	-	2	Собеседования.
II	Технология массовой культуры.						
5	Различные формы и принципы построения медиатекста.		4	4	-	2	Собеседования.
6	Электронная культура		4	4	-	3	Собеседования. Контрольное тестирование
III	Социология массовой культуры.						
7	Общечеловеческо е и национальное		4	4	-	3	Собеседования.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр 8	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельн ая	
	в массовой культуре.						
8	Стратификация культуры массовых коммуникаций.		4	4	-	3	Собеседования.
9	Основные продукты культуры массовых коммуникаций.		4	4	-	3	Собеседования
IV	Неоднозначность в оценках культуры массовых коммуникаций.						
10	Рефлексия и критика культуры массовых коммуникаций.		4	4	-	3	Собеседования.
11	Скандалы в пространстве культуры массовых коммуникаций.		4	4	-	3	Собеседования. Контрольное тестирование
							Зачет
Итого часов			40	40	-	28	

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Сем естр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно- методическое обеспечение самостоятельн ой работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		

Сем естр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно- методическое обеспечение самостоятельн ой работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
8	Массовая культура как порождение массовой коммуникации.		В соответствии с расписанием занятий студенты готовят доклады с презентацией по темам, формулируют вопросы.	2	Доклад студентов с презентаци ей. Собеседова ние в формате обсуждени й.	а)1; б) 1-8; в)
8	Знаковый и коммуникативный характер культуры.		В соответствии с расписанием занятий студенты готовят доклады с презентацией по темам, формулируют вопросы.	2	Доклад студентов с презентаци ей. Собеседова ние в формате обсуждени й.	а)1; б) 1-8; в)
8	Информационное общество и его культура.		В соответствии с расписанием занятий студенты готовят доклады с презентацией по темам, формулируют вопросы.	2	Доклад студентов с презентаци ей. Собеседова ние в формате обсуждени й.	а)1; б) 1-8; в)
8	Массовое общество и его культура.		В соответствии с расписанием занятий студенты готовят доклады с презентацией по темам, формулируют вопросы.	2	Доклад студентов с презентаци ей. Собеседова ние в формате обсуждени й. Тестирован ие.	а)1; б) 1-8; в)
8	Различные формы и принципы построения медиатекста.		В соответствии с расписанием занятий студенты готовят доклады с презентацией по темам.	2	Доклад студентов с презентаци ей. Собеседова ние в формате обсуждени й..	а)1; б) 1-8; в)

Сем естр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно- методическое обеспечение самостоятельн ой работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
8	Электронная культура	Подготовка задания по теме. Работа с дополнительным материалом самостоятельно: монографии, научные статьи в библиотеках.	В соответствии с расписанием занятий студенты готовят маршрут проекта и представляют объекты показа	3	Доклад студентов с презентаци ей. Собеседова ние в формате обсуждени й.	а)1; б) 1-8; в)
8	Общечеловеческое и национальное в массовой культуре.		В соответствии с расписанием занятий студенты готовят проектную документацию. Готовят доклад с презентацией.	3	Доклад студентов с презентаци ей. Собеседова ние в формате обсуждени й.	а)1; б) 1-8; в)
8	Стратификация культуры массовых коммуникаций.		В соответствии с расписанием занятий студенты готовят презентацию выбранных методических приемов проекта	3	Доклад студентов с презентаци ей. Собеседова ние в формате обсуждени й.	а)1; б) 1-8; в)
8	Основные продукты культуры массовых коммуникаций.	Подготовка задания по теме. Работа с дополнительным материалом самостоятельно: монографии, научные статьи в библиотеках, проработка отдельных тем.	В соответствии с расписанием занятий студенты готовят сообщения с презентацией по темам, формулируют вопросы.	3	Доклад студентов с презентаци ей. Собеседова ние в формате обсуждени й. Тестирован ие.	

Сем естр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно- методическое обеспечение самостоятельн ой работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
8	Рефлексия и критика культуры массовых коммуникаций.	Подготовка задания по теме. Работа с дополнительным материалом самостоятельно: монографии, научные статьи в библиотеках.	В соответствии с расписанием занятий студенты готовят сообщения с презентацией по темам, формулируют вопросы. Готовят выступления и вопросы для дискуссии.	3	Доклад студентов с презентацией. Собеседование в формате обсуждения.	а)1; б) 1-8; в)
8	Скандалы в пространстве культуры массовых коммуникаций.	Подготовка задания по теме. Работа с дополнительным материалом самостоятельно: монографии, научные статьи в библиотеках.	В соответствии с расписанием занятий студенты готовят доклады с презентацией по темам, формулируют вопросы. Готовят выступления и вопросы для дискуссии.	3	Доклад студентов с презентацией. Собеседование в формате обсуждения.	а)1; б) 1-8; в)
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				28		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)						
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				28		

4.3 Содержание учебного материала

№ раздела	Название раздела	Название тем
--------------	------------------	--------------

1.	Массовая культура как порождение массовой коммуникации.	Понятия «коммуникация», «массовые коммуникации». Термин «медиа» (от латинского «media» - средство) и его употребление в современном мире в качестве аналога СМК - средств массовой коммуникации: пресса, РВ, ТВ, интернет, мультимедиа, смс-рассылка. Формы культуры: элитарная, народная, массовая. Массовая культура («популярная культура» («поп-культура»), «индустрия развлечений», «индустрия досуга», «потребительская культура», «коммерческая культура»), признаки, функции массовой культуры. Уровни массовой культуры. Неоднозначность в оценках массовой культуры
2.	Знаковый и коммуникативный характер культуры.	Коммуникативное пространство и его организация: символическая, визуальная, событийная, мифологическая, Информация и коммуникация в человеческом обществе. Понятие ценности коммуникативного текста (действия). Понятие о семиотике как науке о знаковых системах. Понятие знака. Семиотическая теория медиа («Медиа как система символов») и ее базовые положения: сильное влияние медиа на аудиторию; медиа как «матрица» новых социальных мифов, которые представляются публике в виде «очевидных фактов»; семиотический (знаковый) характер медитекстов; аудитория - пассивная масса потребителей медиамифологии); стремление медиа завуалировать многозначный знаковый характер своих текстов как угроза свободеупотребления медиаинформации и т.д.).
3.	Информационное общество и его культура.	Роль технологий в жизни человека и социума. Управление и связь в социуме. Информация в жизни биологических сообществ. Информация в человеческом сообществе. Средство коммуникации есть сообщение. Горячие и холодные средства коммуникации. Медиавирусы. Коммуникация как фактор развития социума и стабильности. Генезис информационных технологий: от жеста к спутниковой связи. Аграрная, индустриальная, информационная цивилизации как стадии развития социума и технологий. От урбанизма к глобальной деревне. воздействие средств коммуникации на сообщения. Концепт «глобальной деревни». Общество как виртуальная реальность. Человек в эпоху массмедиа.
4.	Массовое общество и его культура.	Массовое общество и его культура. Феномен идеологии. Миф как инструмент власти и как коммуникативная система. Феномен потребления в постиндустриальном обществе: реконструкция желаний. «Экономика знаков». Проблема экспертизы в медиакультуре. Средства массовой информации как комплекс организационных структур и коммуникационных каналов для подготовки и передачи информации, предназначенной для массовой аудитории. Культурологическая теория медиа и ее базовые положения.
5.	Различные формы и принципы построения медиатекста.	Медиатекст - произведение информационного или художественного характера, созданное для трансляции средствами массовой коммуникации (статья, фильм, радио/телепередача и т.д.). Язык медиа. Технология медиа. Репрезентация медиа. Принципы построения медиа текстов (нарративность, мелодраматизм, формульность, серийность,

		цитатность, гипертекстуальность). Экспансия развлекательности в медиа. Шоу как принцип представления информации, знания, политики, религии. Печатные медиа. Электронные медиа. Жанровая структура медиа: боевик, мелодрама, триллер, комедия. Композиция современного медиатекста. Технология создания бестселлера и блокбастера. Высокая литература как доходный бизнес. Риторика «желтой прессы». Культура массового туризма. Музей как презентации культурного наследия. Спортивные шоу. Технологии «правильного образа жизни» в медиакультуре.
6.	Электронная культура	Замещение письменных кодов аудиовизуальными. Изменение облика текстов и практик их прочтения/просмотра. Повседневное производство и потребление образов. Принципы медийного зрения. видеоклип. «Фасетное зрение». Адаптация зрителя к сложным технологиям показа образов. Компьютерные игры: особенностями получения информации. Перенос новых принципов зрения в кино. Культура фрагмента, воздействие скорости подачи материала на сообщение. Способы представления реальности в электронных медиа: конвенции, языки, принципы построения, виртуальные реконструкции. Реальность видео. Размыwanie границ частного и вынесенного на всеобщее обозрение: реалити-шоу, ток-шоу, информация о жизни звезд. Частное пространство в интернете: страницы в социальных сетях, блоги.
7.	Общечеловеческое и национальное в массовой культуре.	Диалектика самобытного (национального) и общечеловеческого в культурной коммуникации. О понятиях «общечеловеческие» и «национальные» ценности. Проявления культурного тоталитаризма в условиях двуполярного мира. Культурный тоталитаризм в однополярном мире конца XX - начала XXI вв. (общие тенденции). Собственный культурный тоталитаризм и некритическое заимствование западных новаций в медиакультуре России. Централизация медийных каналов. Отсутствие диалога центра и регионов. Сокращение объемов популяризации в масс-медиа национальной идентичности
8	Стратификация культуры массовых коммуникаций.	Понятие стратификации в социологии. Гендерные аспекты функционирования медиакультуры. Женская и мужская культуры. Сексуальная революция. Эротика и порнография. Столкновение гендерных страт («война мужчин и женщин»). Поколенческие страты. Отцы и дети в современной культуре. Проблема фиксации и передачи культурного наследия.
9	Основные продукты культуры массовых коммуникаций.	Массовая медиакультура и причины ее успеха (фольклорность основы, развлекательная жанровая направленность, авторская интуиция, система «эмоциональных перепадов», опора на функцию компенсации, рекреацию, учет типологии медиавосприятия и др.). Основные тексты медиакультуры: в литературе, кино, музыке. Меняющийся облик коммуникации.
10	Рефлексия и критика культуры массовых коммуникаций.	Медиа и саморефлексия создателей и потребителей медийной продукции. Постмодернизм. Ирония, инверсии смыслов, попытки трансформации значений мейнстрима в производимых культурных текстах. Включение форм андеграунда и сопротивления в коммерческую зрелищную

		культуру.
11	Скандалы в пространстве культуры массовых коммуникаций.	«Информационные бомбы» и медиавирусы: события в сфере медиа, вызывающие социальные и политические перемены. Критика медиакультуры. Скандалы в пространстве массовой культуры: управляемые и неуправляемые.

4.3.1 Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

п/п	№ раздела и темы дисциплины	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5	6
1	Массовая культура как порождение массовой коммуникации.	Виды массовой коммуникации (подготовка материалов для практических занятий). Виды коммуникации и их особенности. Вербальная и невербальная коммуникации. Межкультурная коммуникация. Мифологическая коммуникация. Художественная коммуникация. Социальная коммуникация. Политическая коммуникация.	1	Доклады студентов с презентацией. Собеседование в формате обсуждений.	ПК-1
2	Знаковый и коммуникативный характер культуры.	Исторические обоснования исследования массовой коммуникации (подготовка материалов для практических занятий). Принципы исследования культуры и массовой	3	Доклады студентов с презентацией. Собеседование в формате обсуждений.	ПК-1

		коммуникации в контексте социальноисторического развития общества. Теории средств массовой коммуникации. Исследования массовой коммуникации западными и российскими учеными. Методы исследования эффективности массовой коммуникации.			
3	Информационное общество и его культура.	Структура массовой коммуникации (подготовка материалов для практических занятий). Средства массовой коммуникации и средства массовой информации. Структура СМИ. Специфические особенности бумажных СМИ. Новые возможности электронных СМИ. Перспективные направления использования Интернет-ресурсов государством, обществом и индивидом.	4	Доклады студентов с презентацией. Собеседование в формате обсуждений.	ПК-1
4	Массовое общество и его культура.	Массовая информация и информационное общество (подготовка материалов для практических занятий). Предпосылки формирования	4	Доклады студентов с презентацией. Собеседование в формате обсуждений.	ПК-1

		информационного общества. Информация как основная социальная ценность общества. Теоретические исследования о роли информации и информационных технологий Г. Мердока, А. Турена, М. Хоркхаймера, Ю. Хабермаса, М. Мак-Люэна, Д. Белла, А. Тоффлера и др. Концепция информационного общества. Основные характеристики информационного общества.			
5	Различные формы и принципы построения медиатекста.	Масс-медиа в современной общественной жизни (подготовка материалов для практических занятий). Информационные потребности общества: проблемы и перспективы. Доверие общества к информации в СМИ. Средства массовой информации и общественное мнение. СМИ в государственных, общественных и коммерческих структурах. Коммуникативная сеть в системе связей с общественностью.	4	Доклады студентов с презентацией. Собеседование в формате обсуждений.	ПК-1
6	Электронная	Реклама в системе	4	Доклады	ПК-1

	культура	коммуникаций (подготовка рекламного сообщения). Реклама как фактор влияния на потребителей. Организация и управление рекламной деятельностью. Особенности печатной, теле- и радиорекламы. Реклама в сети Internet. Структура, формы и стиль рекламного сообщения. Стратегия рекламной кампании. Эффекты рекламы. Методы повышения эффективности рекламы.		студентов с презентацией. Собеседование в формате обсуждений.	
7	Общечеловеческое и национальное в массовой культуре.	PR как средство деловой коммуникации (подготовка плана PRкампании). Место и роль PR в современном обществе. Цели и задачи пиара. Стратегия и тактика пиара. PR-кампания. PR-коммуникации. PR-инструментарий. Внутрикorporативный стиль как элемент пиара компании. Методы оценки эффективности пиара.	4	Доклады студентов с презентацией. Собеседование в формате обсуждений.	ПК-1
8	Стратификация культуры массовых коммуникаций.	Массовая коммуникация в контексте глобализации	4	Доклады студентов с презентацией. Собеседование	ПК-1

		(подготовка обзора новых материалов по теме) Транснациональные экономические и информационные потоки в современном обществе, их влияние на национальные культуры, национальные ценности. Глобализация информационных процессов в современном мире. Средства массовой коммуникации в условиях зависимого (догоняющего) развития. Идея «нового мирового информационного порядка».		в формате обсуждений.	
9	Основные продукты культуры массовых коммуникаций.	Интерактивность и коммуникация на радио и телевидении. Мобильная связь, СМС-сообщения, общение в Сети: потребность в непрерывной коммуникации и зависимость от нее. Симуляции и реальность: основная проблема XXI века.	4	Доклады студентов с презентацией. Собеседование в формате обсуждений.	ПК-1
10	Рефлексия и критика культуры массовых коммуникаций.	Медиа и саморефлексия создателей и потребителей медийной продукции. Постмодернизм. Ирония, инверсии смыслов, попытки	4	Доклады студентов с презентацией. Собеседование в формате обсуждений.	ПК-1

		трансформации значений мейнстрима в производимых культурных текстах. Включение форм андеграунда и сопротивления в коммерческую зрелищную культуру.			
11	Скандалы в пространстве культуры массовых коммуникаций.	«Информационные бомбы» и медиавирусы: события в сфере медиа, вызывающие социальные и политические перемены. Критика медиакультуры. Скандалы в пространстве массовой культуры: управляемые и неуправляемые.	4	Доклады студентов с презентацией. Собеседование в формате обсуждений.	ПК-1

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение студентами в рамках самостоятельной работы (СРС)

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1.	Массовая культура как порождение массовой коммуникации.	Подготовить сообщение по теме с привлечением широкого круга источников. Творческий подход приветствуется. Сформулировать вопросы для обсуждения. Выступить с сообщением, ответить на вопросы преподавателя и группы. Презентацию с дополнительным текстовым пояснением студенты выкладывают в Educa	ПК-1	ИДК _{ПК1.1} ИДК _{ПК1.2} ИДК _{ПК1.3}
2.	Знаковый и коммуникативный характер культуры.	Подготовить сообщение по выбранной теме с привлечением широкого круга источников. Творческий	ПК-1	ИДК _{ПК1.1} ИДК _{ПК1.2} ИДК _{ПК1.3}

		подход приветствуется. Сформулировать вопросы для обсуждения. Выступить с сообщением, ответить на вопросы преподавателя и группы. Презентацию с дополнительным текстовым пояснением студенты выкладывают в Educa		
3.	Информационное общество и его культура.	Подготовить сообщение по выбранной теме с привлечением широкого круга источников. Творческий подход приветствуется. Сформулировать вопросы для обсуждения. Выступить с сообщением, ответить на вопросы преподавателя и группы. Презентацию с дополнительным текстовым пояснением студенты выкладывают в Educa	ПК-1	ИДК _{ПК1.1} ИДК _{ПК1.2} ИДК _{ПК1.3}
4.	Массовое общество и его культура.	Подготовить сообщение по выбранной теме с привлечением широкого круга источников. Творческий подход приветствуется. Сформулировать вопросы для обсуждения. Выступить с сообщением, ответить на вопросы преподавателя и группы. Презентацию с дополнительным текстовым пояснением студенты выкладывают в Educa	ПК-1	ИДК _{ПК1.1} ИДК _{ПК1.2} ИДК _{ПК1.3}
5.	Различные формы и принципы построения медиатекста.	Подготовить сообщение по выбранной теме с привлечением широкого круга источников. Творческий подход приветствуется. Сформулировать вопросы для обсуждения. Выступить с сообщением, ответить на вопросы преподавателя и группы.	ПК-1	ИДК _{ПК1.1} ИДК _{ПК1.2} ИДК _{ПК1.3}
6.	Электронная культура	Сформулировать тему проекта. Подготовить доклад с презентацией. Творческий подход приветствуется. Подготовиться к дискуссии.	ПК-1	ИДК _{ПК1.1} ИДК _{ПК1.2} ИДК _{ПК1.3}
7.	Общечеловеческое и национальное в массовой	Подготовить документационное	ПК-1	ИДК _{ПК1.1} ИДК _{ПК1.2}

	культуре.	обеспечение проекта. Подготовить доклад с презентацией. Творческий подход приветствуется. Подготовиться к дискуссии.		ИДК _{ПК1.3}
8.	Стратификация культуры массовых коммуникаций.	Подготовить сообщение по выбранной теме с привлечением широкого круга источников. Творческий подход приветствуется. Сформулировать вопросы для обсуждения. Выступить с сообщением, ответить на вопросы преподавателя и группы.	ПК-1	ИДК _{ПК1.1} ИДК _{ПК1.2} ИДК _{ПК1.3}
9.	Основные продукты культуры массовых коммуникаций.	Подготовить сообщение с презентацией. Творческий подход приветствуется. Сформулировать вопросы для обсуждения. Выступить с сообщением, ответить на вопросы преподавателя и группы.	ПК-1	ИДК _{ПК1.1} ИДК _{ПК1.2} ИДК _{ПК1.3}
10.	Рефлексия и критика культуры массовых коммуникаций.	Подготовить сообщение с презентацией. Творческий подход приветствуется. Сформулировать вопросы для обсуждения. Выступить с сообщением, ответить на вопросы преподавателя и группы.	ПК-1	ИДК _{ПК1.1} ИДК _{ПК1.2} ИДК _{ПК1.3}
11.	Скандалы в пространстве культуры массовых коммуникаций.	Подготовить сообщение с презентацией. Творческий подход приветствуется. Сформулировать вопросы для обсуждения. Выступить с сообщением, ответить на вопросы преподавателя и группы.	ПК-1	ИДК _{ПК1.1} ИДК _{ПК1.2} ИДК _{ПК1.3}

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Методические указания по подготовке к опросу и дискуссии

В ходе изучения дисциплины Б1. В. 20 «Культура массовых коммуникаций» предусмотрена подготовка к семинарским занятиям, в том числе составление конспекта по теме семинара;

Работа с книгой

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги.

Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой – это всегда большая экономия времени и сил.

Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу.

Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода).

При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа.

Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.

Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались.

Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента.

Различают два вида чтения; первичное и вторичное. *Первичное* – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах. После него не должно остаться ни одного непонятого слова. Содержание не всегда может быть понятно после первичного чтения.

Задача *вторичного* чтения – полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым).

Правила самостоятельной работы с литературой

Выделяют четыре основные установки в чтении научного текста:

1. информационно-поисковый (задача – найти, выделить искомую информацию)
2. усваивающая (усилия читателя направлены на то, чтобы как можно полнее осознать и запомнить как сами сведения излагаемые автором, так и всю логику его рассуждений)
3. аналитико-критическая (читатель стремится критически осмыслить материал, проанализировав его, определив свое отношение к нему)
4. творческая (создает у читателя готовность в том или ином виде – как отправной пункт для своих рассуждений, как образ для действия по аналогии и т.п. – использовать суждения автора, ход его мыслей, результат наблюдения, разработанную методику, дополнить их, подвергнуть новой проверке).

С наличием различных установок обращения к научному тексту связано существование и нескольких видов чтения:

1. библиографическое – просматривание карточек каталога, рекомендательных списков, сводных списков журналов и статей за год и т.п.;
2. просмотровое – используется для поиска материалов, содержащих нужную информацию, обычно к нему прибегают сразу после работы со списками литературы и каталогами, в результате такого просмотра читатель устанавливает, какие из источников будут использованы в дальнейшей работе;
3. ознакомительное – подразумевает сплошное, достаточно подробное прочтение отобранных статей, глав, отдельных страниц, цель – познакомиться с характером информации, узнать, какие вопросы вынесены автором на рассмотрение, провести сортировку материала;

4. изучающее – предполагает доскональное освоение материала; в ходе такого чтения проявляется доверие читателя к автору, готовность принять изложенную информацию, реализуется установка на предельно полное понимание материала;

5. аналитико-критическое и творческое чтение – два вида чтения близкие между собой тем, что участвуют в решении исследовательских задач. Первый из них предполагает направленный критический анализ, как самой информации, так и способов ее получения и подачи автором; второе – поиск тех суждений, фактов, по которым или в связи с которыми, читатель считает нужным высказать собственные мысли.

Из всех рассмотренных видов чтения основным для студентов является изучающее – именно оно позволяет в работе с учебной литературой накапливать знания в различных областях. Вот почему именно этот вид чтения в рамках учебной деятельности должен быть освоен в первую очередь. Кроме того, при овладении данным видом чтения формируются основные приемы, повышающие эффективность работы с научным текстом.

Основные виды систематизированной записи прочитанного:

1. Аннотирование – предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;

2. Планирование – краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;

3. Тезирование – лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;

4. Цитирование – дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора;

5. Конспектирование – краткое и последовательное изложение содержания прочитанного.

Конспект – сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической последовательности. Конспект аккумулирует в себе предыдущие виды записи, позволяет всесторонне охватить содержание книги, статьи. Поэтому умение составлять план, тезисы, делать выписки и другие записи определяет и технологию составления конспекта.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля.

4.5 Примерная тематика курсовых работ (проектов) Учебным планом не предусмотрены

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Кашкин, Валентин Борисович. Основы теории коммуникации : крат. курс / В. Б. Кашкин. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : АСТ : Восток-Запад, 2007. - 247 с. ; 20 см. - (Лингвистика и межкультурная коммуникация: Золотая серия). - ISBN 978-5-17-043550-0. - ISBN 978-5-478-00541-2. - ISBN 978-985-16-1241-9 : 130.00 р., 167.00 р. ББК С55.74я73 Экземпляры всего: 2 Инв. №: истфил 29689(1 экз.)
2. Кожухарь, Андрей Игоревич. Влияние специфических каналов межкультурной коммуникации на повседневность Восточной Сибири XVIII - начала XX вв. (история явления и опыт музеефикации) [Текст] : научное издание / А. И. Кожухарь. - Иркутск : [б. и.], 2014. - 223 с. : табл. ; 21 см. - Библиогр.: с. 207-223. - ISBN 978-5-98839-093-0 : ББК С55.74(2Р5) Экземпляры всего: 3 Инв. №: истфил 34790(1 экз.)
3. Викулова, Лариса Георгиевна. Основы теории коммуникации [Текст] : практикум / Л. Г. Викулова, А. И. Шарунов ; Иркутский гос. лингв. ун-т. - М. : АСТ : Восток-Запад, 2008. - 316 с. ; 21 см. - Библиогр. в конце глав. - ISBN 978-5-17-055078-4. - ISBN 978-5-9713-8965-1. - ISBN 978-5-478-00764-5 : ББК С55.74я73 Экземпляры всего: 1 Инв. №: истфил 29489(1 экз.)
4. Культурология [Текст] : учеб. по дисцип. «Культурология» / Под ред. Ю. Н. Солониной, М. С. Кагана. - М. : Высш. образование, 2005. - 566 с. ; 22 см. - (Университеты России). - ISBN 5-9692-0009-3. Экз-ры: 16.
5. Культурология [Текст] : учеб. для студ. вузов / П.С. Гуревич. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Гардарики, 2003. - 278 с. ; 22 см. - ISBN 5-8297-0048-4. Экз-ры: 93.
3. Культурология [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / Ред. А. Н. Маркова. - 3-е изд. - М. : Юнити-Дана, 2005. - 320 с. : ил. ; 21 см. - Библиогр.: с. 317. - ISBN 5-238-00128-2. Экз-ры: 20.
6. Социология массовой коммуникации [Текст] : учеб. пособие / С. Н. Булатова ; рец.: А. Н. Чумиков, Л. Л. Антонова, А. В. Петров ; Иркутский гос. ун-т, Фак. филолог. и журн. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2014. - 130 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 128-130. - ISBN 978-5-9624-1129-3. Экз-ры: 20.

б) дополнительная литература:

1. Культурология: основы теории [Текст] : учеб. пособие для вузов по учеб. дисциплине «Культурология» (ГСЭ.Ф.04) / Л.А. Черная. - М. : Логос, 2003. - 184 с. : [31]с. ил. ; 22 см. - Библиогр.: с.166-169. - ISBN 5-94010-169-1. Экз-ры: 6.
2. Массовая культура [Текст] : учеб. пособие для вузов социально-гуманитар. профиля / К. 3. Акопян, А. В. Захаров, С. Я. Кагарлицкая и др. - М. : Альфа-М : Инфра-М, 2004. - 303 с. ; 21 см. - Библиогр. в конце глав. - ISBN 5-98281-021-5. - ISBN 5-16-001147-1. Экз-ры: 5.
3. Современная медиакультура [Текст] : учеб. пособие / С. Н. Булатова, А. В. Петров, В. А. Рыжкович ; рец.: В. П. Хархун, И. А. Кребель ; Иркутский гос. ун-т. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2014. - 168 с. : цв. ил. ; 20 см. - Библиогр.: с. 155-157. - ISBN 978-5-9624-1092-9. Экз-ры: 9.
4. Массовая культура как феномен постиндустриального общества [Текст] : научное издание / А. В. Костина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Едиториал УРСС, 2005. - 350 с. ; 21 см. - Библиогр. в подстроч. примеч. - ISBN 5-354-01007-1. Экз-ры: 4.

в) список авторских методических разработок:

Авторские методические материалы, включая материалы и рекомендации для подготовки к семинарским занятиям, для выполнения реферата размещены в разделе курса в ЭИОС ИГУ. educa.isu.ru

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ	
ЭБС «Издательство Лань»	
Информационное письмо от 13.09.2013 г. Исполнитель: ООО «Издательство Лань»	1.Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия): ООО «Издательство Лань». Информационное письмо от 13.09.2013 г. Срок действия: бессрочный 2.Адрес доступа: http://e.lanbook.com/ 3. Цена контракта: бесплатный доступ 4.Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет 5.Характеристика: Пополняемые коллекции «Филология/Литературоведение» - 1738 книг, «Социально-гуманитарные науки» - 1459 книг, «Право. Юридические науки»-101 книга, «Психология. Педагогика»- 60 книг, «Экономика. Менеджмент» -58 книг, «Искусствоведение»-60 книг, «География»- 163 книги, «Художественная литература» -19168 книг.
Информационное письмо № 128 от 09.10.2017 г. Исполнитель: ООО «Издательство Лань»	1.Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия): ООО «Издательство Лань». Информационное письмо № 128 от 09.10.2017 г. Срок действия: бессрочный 2.Адрес доступа: http://e.lanbook.com/ 3. Цена контракта: бесплатный доступ 4.Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет 5.Характеристика: Доступ к 600 научным журналам, с общим количеством статей более 200 000. Классическая литература по следующим отраслям знаний: «География» - 408 книг, «Искусствоведение» - 188 книг, «Право и Юридические науки» - 693 книга, «Психология. Педагогика» - 161 книг, «Социально-гуманитарные науки» - 1112 книг, «Экономика. Менеджмент» - 116 книг, Языкознание и литературоведение – 2028 книг, «Художественная литература» - 27479 книг.
Контракт № 102 от 11.11.19 г. Исполнитель: ООО «Издательство Лань»	1.Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) ООО «Издательство Лань». Контракт № 102 от 11.11.2019 г.; Срок действия по 13.11.2020 г. 2.Адрес доступа: http://e.lanbook.com/ 3.Цена контракта: 121 880,60 руб. 4. Акт № Э 390 от 11.11.2019 г. Коллекция). Цена коллекции 121 880,60 руб. 5. Характеристика: Коллекции «Языкознание и литературоведение» издательство ВКН (98 назв.), «Инженерно-технические науки» издательство ТюмГНГУ (170 назв.), Политематическая – 26 электронных книг издательств: Генезис, Дашков и К и др. 6. Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет
ЭБС ЭЧЗ «Библиотех»	

Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г. Исполнитель: ООО «Библиотех»	1. Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия): ООО «Библиотех» Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. Срок действия: бессрочный Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г. 2. Адрес доступа: https://isu.bibliotech.ru/ 3. Цена контракта: 390000 руб. 4. Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет 5. Характеристика: программный модуль для реализации работы ЭБС. Наполнение «ЭЧЗ Библиотех» - приобретаемыми электронными версиями книг (ЭВК) и трудами ученых ИГУ. На 10.09.2015 г. Содержит 1338 назв. 6. Реквизиты контрактов на приобретение и размещение ЭВК в ЭБС «ЭЧЗ Библиотех»:
ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»	
Контракт № 91 от 25.10.2019 г. Исполнитель: ООО ЦКБ «Бибком»	1. Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) ЦКБ «Бибком». Контракт № 91 от 25.10.2019 г.; Акт № 6К-6253 от 14.11.19 г. Срок действия по 13.11.2020 г. 2. Адрес доступа: http://rucont.ru/ 3. Цена контракта: 277 111,00 руб. 4. Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет 5. Характеристика: Коллекция Политематическая – 149 назв.
ЭБС «Айбукс.py/ibooks.ru»	
Контракт № 96 от 31.10.2019 г. Исполнитель: ООО «Айбукс»	1. Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) ООО «Айбукс». Контракт № 96 от 31.11.2019 г.; Акт № 122 от 13.11.2019 г. Срок действия по 13.11.2020 г. 2. Адрес доступа: http://ibooks.ru 3. Цена контракта: 241 000,00 руб. 4. Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет 5. Характеристика: электронные версии печатных изданий по различным дисциплинам учебного процесса - 178 назв.
Контракт № 11-08/15к/87 от 10.09.15 г. Исполнитель: ООО «Айбукс»	1. Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) ООО «Айбукс». Контракт № 11-08/15к/87 от 10.09.15 г.; Акт № 104 от 11.09.2015 г. Срок действия по 10.09.2020 г. 2. Адрес доступа: http://ibooks.ru 3. Цена контракта: 5 000 руб. 4. Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет 5. Характеристика: электронная версия печатного издания - 1 экз.
Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт»	
Контракт № 80 от 02.10.2019 г.	1. Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 80

Исполнитель: ООО «Электронное издательство Юрайт»	от 02.10.2019г.; Срок действия по 17.10. 2020 г. 2.Адрес доступа: http://biblio-online.ru/ 3. Акт приема-передачи № 2144 от 18.10.2019 4.Цена контракта: 606 100,00 руб. 5.Количество пользователей: круглосуточный доступ из любой точки сети Интернет, количество единовременных доступов согласно приложения к Контракту. 6.Характеристика: электронные версии печатных изданий по различным отраслям знаний, свыше 8.5 тыс. назв.
	НАУЧНЫЕ РЕСУРСЫ
	Электронная библиотека диссертаций РГБ
Электронная библиотека диссертаций РГБ Контракт № 10 от 15.03.2019 г. Исполнитель: ФГБУ «РГБ»	1.Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) ФГБУ «РГБ», Государственный контракт № 10 от 05.03.2019 г.; Акт приема-сдачи оказанных услуг от 15.04.19 Срок действия: 274 календарных дня с момента оказания услуги. 2.Адрес доступа: http://dvs/rsl/ru 3.Цена контракта: 299 403,18 руб. 4.Количество пользователей (ключей): 10 ключей, доступ в Электронных читальных залах библиотеки 5.Характеристика: полные тексты диссертаций и авторефератов – более 945 000 назв.
	НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА «ELIBRARY.RU»
Контракт № 130 от 13.12.2019 г. Исполнитель: ООО «НЭБ»	1.Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) ООО «НЭБ», Контракт № 130 от 13.12.2019 г.; Акт от 13.12.2019 г. Срок действия по 31.12. 2020 г. 2.Адрес доступа: http://elibrary.ru/ 3.Цена контракта: 642 351,00 руб. 4.Количество пользователей неограниченное, доступ в локальной сети вуза. 5. Характеристика: полные тексты статей из журналов по подписке - 67 наим.; доступ к архивам в течение 9 лет, следующих после окончания срока обслуживания; полные тексты статей из журналов свободного доступа.
	ЭКБСОН
Соглашение № 84 ЭКБСОН от 15.10.15 г. о сотрудничестве в области развития Информационной системы доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки в рамках единого Интернет-ресурса. Исполнитель: Федеральное	1.Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) Соглашение № 84 ЭКБСОН от 15.10.15 г. о сотрудничестве в области развития Информационной системы доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки в рамках единого Интернет-ресурса. 2.Адрес доступа: http://www.vlibrary.ru 3.Цена контракта: на безвозмездной основе. 4.Количество пользователей: без ограничений, с компьютеров сети ИГУ 5.Характеристика: единая информационная система доступа к электронным каталогам библиотечной системы образования и науки в рамках единого интернет-ресурса на основе унифицированного каталога библиотечных

государственное бюджетное учреждение «Государственная публичная научно-техническая библиотека России»	ресурсов.
Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» (НЭБ)	
Договор № 101/НЭБ/0760 от 14.09.15 г. о предоставлении доступа к Национальной электронной библиотеке. Исполнитель: федеральное государственное бюджетное учреждение «Российская государственная библиотека»	1.Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) Договор № 101/НЭБ/0760 от 14.09.15 г. о предоставлении доступа к Национальной электронной библиотеке. 2.Адрес доступа: http://нэб.рф 3.Цена контракта: на безвозмездной основе. 4.Количество пользователей: без ограничений, с компьютеров сети ИГУ 5.Характеристика: доступ к совокупности распределенных фондов полнотекстовых электронных версий печатных, электронных и мультимедийных ресурсов НЭБ, а также к единому сводному каталогу фонда НЭБ.
УИС РОССИЯ	
Письмо от директора НБ ИГУ № 26/06 от 19. 12.2006 г. Исполнитель: Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова	1. Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) письмо от директора НБ ИГУ № 26/06 от 19. 12.2006 г. (доступ предоставляется по обращению Руководителя организации), срок действия – без ограничений. 2. Адрес доступа: http://uisrussia.msu.ru/ 3. Цена контракта: на безвозмездной основе 4. Количество пользователей: без ограничений, с компьютеров сети ИГУ. 5. Характеристика: тематическая электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук.
ПОЛПРЕД	
Информационное письмо от 16.02.15 г. (сообщение о доступе с 24.08.2009 г.). Исполнитель: ООО "ПОЛПРЕД Справочники"	1. Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) информационное письмо от 16.02. 15 г. (сообщение о доступе с 24.08.2009 г.). 2. Адрес доступа: http://polpred.com 3. Цена контракта: на безвозмездной основе 4. Количество пользователей: без ограничений, с компьютеров сети ИГУ 5. Характеристика: база данных представляет результаты мониторинга СМИ на темы промышленной политики РФ и зарубежья
Справочно-правовая система «Консультант Плюс»	
Договор о сотрудничестве от 25.09.2017 г. Исполнитель: ООО «Информационный	1. Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) Договор о сотрудничестве от 25.09.2017 г. Срок действия - до расторжения сторонами. 2. Адрес доступа: в локальной сети НБ ИГУ. 3. Цена контракта: на безвозмездной основе .

Центр ЮНОНА»	4. Количество пользователей: без ограничений. 5. Характеристика: правовая БД - законодательство РФ, международное право, юридическая литература.
Справочно-правовая система «ГАРАНТ»	
Договор № Б/12 об информационно-правовом сотрудничестве между ООО «Гарант-Сервис Иркутск» и Федеральное государственное бюджетное управление высшего профессионального образования «иркутский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ИГУ») от 16.11.12 г.; Регистрационный лист № 38-70035-003593 от 21.11.12 г. Исполнитель: ООО «Гарант-Сервис Иркутск»	1. Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) Договор № Б/12 об информационно-правовом сотрудничестве между ООО «Гарант-Сервис Иркутск» и Федеральное государственное бюджетное управление высшего профессионального образования «Иркутский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ИГУ») от 16.11.12 г.; Регистрационный лист № 38-70035-003593 от 21.11.12 г. Срок действия - до расторжения сторонами . 2. Адрес доступа: в локальной сети НБ ИГУ 3. Цена контракта: на безвозмездной основе 4. Количество пользователей: без ограничений 5. Характеристика: правовая БД – законодательство РФ, международное право, юридическая литература.
Межрегиональная аналитическая роспись статей «МАРС»	
Договор № С/111-1 о сотрудничестве в области развития библиотечно-информационных ресурсов и сервисов от 01.09.11 г. с автоматической пролонгацией на следующий календарный год (число пролонгаций не ограничено). Исполнитель: некоммерческое партнерство Ассоциация региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН)	1. Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) Договор № С/111-1 о сотрудничестве в области развития библиотечно-информационных ресурсов и сервисов от 01.09.11 г. с автоматической пролонгацией на следующий календарный год (число пролонгаций не ограничено). 2. Адрес доступа: http://arbicon.ru 3. Цена контракта: на безвозмездной основе. 4. Количество пользователей: без ограничений, с компьютеров сети ИГУ 5. Характеристика: база включает 2.5 млн. записей из более 7,5 тыс. российских журналов.
Электронные ресурсы Научной библиотеки Иркутского университета	
Система баз данных электронного каталога	1. Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) 2. Адрес доступа: в локальной сети ИГУ, http://ellib.library.isu.ru 3. Количество пользователей: без ограничений 4. Характеристика: включает более 500 тыс. записей в базах данных:. Электронный каталог книг, продолжающихся изданий; БД редких книг и рукописей;

	БД «Коллекция Н. С. Романова»; БД «Библиотека Н. О. Шаракшиновой»; БД «Иностранная литература»; БД «Американистика»; БД «Коллекция «Оксфорд»; БД «Электронные издания»; БД «Авторефераты диссертаций»; ЭК периодических изданий; БД «Книги библиотеки Иркутского МИОНа»
Библиографические базы данных	1. Реквизиты (номер, дата заключения, срок действия) 2. Адрес доступа: в локальной сети ИГУ 3. Количество пользователей: без ограничений. 4. Характеристика: «Статьи. Социально-гуманитарные науки»; «Статьи. Точные и естественные науки»; «Научная Сибирика» (ГПНТБ); «Научные журналы JDP»

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Программное обеспечение:

1. AdobeAcrobat XI Лицензия АЕ для акад. организаций Русская версия MultipleLicense RU (65195558) Platforms (11447921 Государственный контракт № 03-019-13, 19.06.2013, бессрочно)
2. Microsoft Office Enterprise 2007 Russian Academic OPEN No Level (НомерЛицензии Microsoft 43364238, 17.01.2008, бессрочно)
3. Kaspersky Endpoint Security длябизне–а - Стандартный Russian Edition. 250-499 Node 1 year Educational Renewal License (ФорусКонтракт № 04-114-16 от 14 ноября2016 г. KES Счет №РСЦЗ-000147 и АКТ от 23 ноября2016 г. Лиц. № 1В08161103 014721370444), продлена до 22.01.2020
4. MozillaFirefox 50.0 Условия правообладателя (Условия использования по ссылке: <https://www.mozilla.org/ru/about/legal/terms/firefox>) бессрочно
5. 7zip 16.04 Условия правообладателя (Условия использования по ссылке: <http://7-zip.org/license.txt>) бессрочно
6. Microsoft Windows XP Professional Russian Upgrade Academic OPEN No Level НомерЛицензии Microsoft 41059241 07.09.2006 бессрочно
7. WinRAR Государственный контракт № 04-175-12 от 26.11.2012 25.12.2012 бессрочно

6.2 Учебно-лабораторное оборудование, технические и электронные средства:

<i>Специальные помещения:</i> Аудитория для проведения занятий лекционного типа <i>Адрес:</i> Иркутск, ул. Чкалова, 2, ауд. 214	Аудитория оборудована: <i>специализированной (учебной) мебелью</i> на 24 посадочных места; Оборудована <i>техническими средствами обучения</i>, служащими для представления учебной информации большой аудитории по дисциплине «Культура массовых коммуникаций»: доска меловая, проектор EpsonEB-X05, экран Digis; Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Культура массовых коммуникаций» презентации по каждой теме программы.
--	--

<i>Специальные помещения:</i> Аудитория для проведения занятий семинарского типа <i>Адрес:</i> Иркутск, ул. Чкалова, 2, ауд. 214	Аудитория оборудована: <i>специализированной (учебной) мебелью</i> на 24 посадочных места; Оборудована <i>техническими средствами обучения</i>, служащими для представления учебной информации большой аудитории по дисциплине «Культура массовых коммуникаций»: доска меловая, проектор Epson EB-X05, экран Digis; Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Культура массовых коммуникаций» презентации по каждой теме программы.
<i>Специальные помещения:</i> Компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, организации самостоятельной работы <i>Адрес:</i> Иркутск, ул. Чкалова, 2, ауд. 222	Аудитория оборудована: <i>специализированной (учебной) мебелью</i> на 14 посадочных мест, доской меловой; оборудована <i>техническими средствами обучения</i>: Моноблок AIOIRUT2105 21, 5 FHDP – 4 шт.; Системный блок Chronos E7500-Intel – 3 шт.; Системный блок P4-Celeron – 3 шт.; Системный блок AMD Athlon IIX3 455 3.3 GHz 1,5 Mb – 4 шт. Монитор Samsung SyncMaster 943N – 1 шт.; Монитор Samsung SyncMaster 940N – 3 шт.; Монитор Samsung SyncMaster 740N – 2 шт.; Монитор Samsung SyncMaster S19B300 – 1 шт.; Монитор Hansol H755 – 1 шт.; Монитор Iiyama ProLite E1900S – 1 шт. Монитор LG Flatron L1753S – 1 шт. С неограниченным доступом к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При проведении занятий используются активные и интерактивные формы обучения: разбор конкретных ситуаций, деловые и ролевые игры, элементы психологического тренинга, метод кейсов, мозговой штурм, дискуссия, моделирование профессиональных ситуаций. В сочетании с внеаудиторной работой это способствует формированию и развитию профессиональных навыков обучающихся.

Для закрепления знаний студентов по отдельным разделам курса «Информационно-экскурсионная деятельность» проводятся практические занятия, где помимо обсуждения теоретических вопросов, студенты выполняют контрольные работы и тестовые задания, целью которых является формирование навыков самостоятельной работы по решению профессиональных задач. При чтении лекций используются различные организационные формы и виды:

- Проблемная лекция начинается с вопросов, с постановки проблемы, которую в ходе проработки дополнительного материала необходимо решить. Лекция строится таким образом, что деятельность студента по ее усвоению приближается к поисковой, исследовательской. Обязателен диалог преподавателя и студентов
- Лекция-визуализация учит студента преобразовывать устную и письменную информацию в визуальной форме; используются схемы, рисунки, чертежи и т.п.

В учебном процессе широко используются активные и интерактивные формы проведения занятий, таких как:

1) групповые дискуссии – связаны с отработкой проведения совещаний или приобретением навыков групповой работы.

2) инновационные игры — формируют инновационное мышление участников, выдвигают инновационные идеи в традиционной системе действий, отрабатывают модели реальной, желаемой, идеальной ситуаций, включают тренинги по самоорганизации, так же способствуют развитию познавательных процессов.

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные средства для входного контроля

Входной контроль знаний и умений студентов проводится в начале изучения дисциплины в виде собеседования.

Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов:

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Устный зачет	1, 2, 3,4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11	ПК-1
2	Письменная работа	11	ПК-1

8.2 Оценочные средства текущего контроля

Текущий контроль в рамках дисциплины организован в форме экзамена.

Согласно Положению «О балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости студентов Иркутского государственного университета», усвоение студентом каждой изучаемой в семестре дисциплины максимально оценивается 100 баллами. Указанное максимальное количество баллов (Ситог), которое студент может набрать за семестр по каждой дисциплине, складывается из суммы баллов за текущую работу в семестре (Стек) и баллов, полученных на экзаменационной сессии (Scес).

При этом максимальное количество баллов за текущую работу в семестре (Стек) ограничивается 60-ю баллами, а на оценку экзамена (Scес) максимально предусматривается 30 баллов.

п/п	Вид учебной деятельности	Баллы	Максимум за семестр
1	Творческая дискуссия	1-15	5
2	Подготовка устного выступления с презентацией	1-10	10
3	Выполнение индивидуальных заданий	1-10	15
4	Подготовка проекта	1-15	15
5	Проведение мероприятия	1-15	15
			60

8.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации (в форме экзамена)

Промежуточная аттестация по дисциплине предусмотрена в форме устного экзамена.

В соответствии с Положением «О балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости студентов Иркутского государственного университета», студент, набравший в результате текущей работы по дисциплине (Стек) менее 40 баллов, не допускается к сдаче зачета, и ему выставляется 0 сессионных баллов (Scес = 0).

Студент, набравший в течение семестра (Стек) 40 и более баллов, допускается к сдаче зачета по дисциплине, на котором может набрать (Sces) до 30 баллов.

Если на зачете сумма баллов студента составляет менее 60, то экзамен считается не сданным.

Если на зачете студент набирает 10 и более баллов, то они прибавляются к сумме баллов за текущую работу, которые фиксируются в зачетной книжке студента.

Итоговый семестровый рейтинг (S_{итог})	Академическая оценка
менее 60 баллов	не зачтено
60-100 баллов	зачтено

Примерный перечень вопросов и заданий к зачету:

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

38. Типы средств массовых коммуникаций.
39. Каковы этические нормы в деятельности системы массовых коммуникаций?
40. Какова структура системы средств массовых коммуникаций.
41. Печать в системе средств массовых коммуникаций.
42. Радио в системе средств массовых коммуникаций.
43. Телевидение в системе средств массовых коммуникаций.
44. Какое место занимает Интернет в системе средств массовых коммуникаций?
45. Понятие и структура жанров массовой коммуникации.
46. Субъекты массово-коммуникативной деятельности.
47. Объекты массово-коммуникативной деятельности.
48. СМИ как механизм взаимодействия общества и власти.
49. Какое место занимают СМИ в системе связей с общественностью?
50. В чем сущность свободы деятельности системы массовых коммуникаций?
51. Четыре концепции свободы прессы.
52. Свобода и ответственность в деятельности массовых коммуникаций.
53. Зависимая и независимая пресса.
54. Методы исследований массовых коммуникаций.

Разработчик:  **Е. В. Саяпарова**
к.и.н., доцент кафедры политологии, истории и регионоведения

Программа рассмотрена на заседании кафедры политологии, истории и регионоведения
Протокол № 6 от «14» мая 2020 г.

Зав. кафедрой  **Ю. А. Зуляр**

Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.