

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС  
Факультет политики и международных отношений  
Кафедра политических наук и технологий

УТВЕРЖДЕНА  
кафедрой политических наук и  
технологий  
Протокол от «26» августа 2016 г. №8

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ДИСЦИПЛИНЫ**

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ  
МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

(Б1.В.ДВ.9.2)

краткое наименование дисциплины – СТМК

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в  
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная

Год набора – 2017

Новосибирск, 2016

**Автор – составитель:**

к. полит. н., доцент Д.В. Березняков

**Заведующий кафедрой ПНиТ:**

к.и.н., доцент А.Ю.Мальшев

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы .....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО .....	5
3. Содержание и структура дисциплины .....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине .....	9
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины ....	14
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	16
6.1 Основная литература.....	16
6.2 Дополнительная литература .....	17
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	17
6.4. Нормативные правовые документы .....	18
6.5. Интернет-ресурсы .....	18
6.6. Иные источники .....	19
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы .....	19

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.9.2 «Современные теории массовых коммуникаций» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Таблица 1.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-7	способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникативных кампаний и мероприятий	ПК-7.5	способен использовать теоретические знания и применять методы социологических и маркетинговых исследований, способов и приемов консалтинга, электоральных PR-технологий при подготовке коммуникационных кампаний и мероприятий

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

Таблица 2.

Трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
осуществление исполнительских способностей в сфере планирования, подготовки и проведения коммуникативных кампаний и мероприятий в государственных и муниципальных предприятиях и учреждениях, в научных и образовательных организациях, в политических партиях, общественно-политических, некоммерческих и коммерческих организациях.	ПК-7.5	на уровне знаний: знает основные теории массовых коммуникаций
		на уровне навыков: владеет совокупностью методов социологических исследований

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.9.2 «Современные теории массовых коммуникаций» составляет 2 зачетных единицы.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 28 час. (14 час. лекций, 14 час. семинарских занятий), на самостоятельную работу обучающихся – 44 час.

### Место дисциплины

Дисциплина Б1.В.ДВ.9.2 «Современные теории массовых коммуникаций» изучается студентами очной формы обучения на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина реализуется после изучения таких дисциплин как: Б1.В.ДВ.2.1 «Общественное мнение и СМИ»; Б1.В.ОД.1 «Коммуникации и интернет-технологии в СО» (практикум); Б1.В.ДВ.1.1 «История мировой литературы и искусства»; Б1.В.ОД.2 «PR-технологии» (практикум), Б1.В.ДВ.9.1. «PR-обеспечение электоральных процессов»

## 3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 3.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости <sup>1</sup> , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			л	лр	пз	КСР		
<i>Очная форма обучения</i>								
Тема 1	Картография современных теорий массовых коммуникаций	7	1		1		5	УО
Тема 2	Медиаэкология и теории технологического детерминизма	9	2		2		5	Т
Тема 3	Культивационная теория Анненбергской школы	9	2		2		5	УО

<sup>1</sup> Формы текущего контроля успеваемости: устный опрос (УО), тестирование (Т), контрольная работа (КР), доклад (Дд), проверка конспектов (ПК) и др.

Тема 4	Британские «культурные исследования» (BSCS)	9	2		2		5	Дд
Тема 5	Школа медиа-исследований при Университете г. Глазго (Glasgow Media Group)	9	2		2		5	УО
Тема 6	Социальный конструктивизм и теории медиареальности	9	2		2		5	Т
Тема 7	Теории медиа-эффектов	9	2		2		5	Т
Тема 8	Интернет, виртуальная реальность и «новые медиа»: подходы к осмыслению	11	1		1		9	КР
Промежуточная аттестация								Зачёт
<b>Всего:</b>		<b>72</b>	<b>14</b>		<b>14</b>		<b>44</b>	<b>72 ак.ч. 2 з.е. 54 ас.ч.</b>

## Содержание дисциплины

**Тема 1. Картография теорий массовых коммуникаций.** Общая характеристика современного этапа развития исследований в области массовой коммуникации в сравнении с предыдущими: социально-экономический, политический и культурный контексты Поздней Современности. Понятие альтернативной парадигмы и «карта теорий медиа» (*media theory map*) по Д. Маккуэйлу. Преемственность и новизна проблематики. Эмансипация интернет-коммуникаций и вызовы классическим парадигмам в области медиа-исследований. Методологический плюрализм и междисциплинарность как базовые характеристики пространства современных теорий.

**Тема 2. Медиаэкология и теории технологического детерминизма.** Становление проблематики медиаэкологии как междисциплинарной области научных исследований. Возникновение Торонтской школы. Э. Хевлок: интерпретация роли алфавита в греческой культуре. Устная и письменная культура: сравнительная характеристика в работах У. Онга. Ключевые идеи Г. Инниса о роли технологий коммуникации в человеческой истории. Концепция М. Маклюэна как оригинальный вариант философии техники: «средство коммуникации есть сообщение», противопоставление «горячих» и «холодных» медиа, «Галактика Гуттенберга» и мифогенный потенциал

электронных медиа эпохи «глобальной деревни». Четыре стадии развития новых медиа. Концепция «Галактики Интернета» *М. Кастельса*: принципы информационной экономики, логика сетей, цифровое неравенство и политика в эпоху «новых медиа». Развитие идей Торонтской школы: «аппараты культуры» versus «индустрии сознания» у *О. Гоулднера*. Теория «медиатизации опыта» в эпоху электронных медиа *Д. Мейеровича*. Критика телевидения и концепция «исчезновения детства» в работах *Н. Постмана*. Анализ книгопечатной революции и ее последствий в новоевропейской культуре *Э. Эйзенштайн*.

**Тема 3. Культивационная теория Анненбергской школы.** Коммуникация - интеракция через сообщение. Телевидение как базовый объект исследования. Главные направления исследований по *Дж. Гербнеру*: анализ кодов сообщений, анализ поведения аудиторий и изучение медиа-институтов и политики. Программа «Профиль насилия» и ее результаты. Телевидение как функциональный эквивалент мифо-ритуальных институтов прошлого, ориентирующийся на поддержание целостности и консенсуса в обществе. Стабильность и закрытость системы телевидения. Гипотеза культивации, понятия культурных индикаторов, мейнстриминга, резонанса, тяжелых/легких зрителей.

**Тема 4. Британские «культурные исследования» (BSCS).** Господство, культура и медиа в перспективе неомарксизма. Гегемония (*А. Грамши*), «индустрии культуры» (*М. Хоркхаймер, Т. В. Адорно*), идеологические аппараты государства (*Л. Альтюссер*). Влияние идей *М. М. Бахтина* и семиотики. Массовая коммуникация как процесс кодирования/декодирования в концепции *С. Холла*. «Семантическая герилья», радикальная версия феномена «активных аудиторий» и варианты декодирования «гегемонистского идеологического кода». «Народ против властного блока». Критика теории симулякров *Ж. Бодрийяра*. Соотношение кода идеологии и кодов медиа-производителей. Текстцентризм. Механизмы кодирования в телевизионной культуре по *Дж. Фиску*.

**Тема 5. Школа медиа-исследований при Университете г. Глазго (Glasgow Media Group).** Новостной контент как основной объект исследования GMG. Выявление зависимости между типом контента и продолжительностью информации. Стабильная структура новостных блоков, иерархия значимости информации и «зрительские максимы». Проблема навязывания идеологии через журналистские практики производства контента: рамки нормальности/девиантности, фильтрации (гейткипинга). Отбрасывание информации и укрепление легитимного «статус кво». Модель телевизионного дискурса *В. Морин*: влияние теории речевых актов *Дж. Остина*, перформативный и констатативный подходы к новости.

**Тема 6. Социальный конструктивизм и теории медиареальности.** Антиэссенциалистская установка конструктивистских подходов. Общественные явления как продукты человеческой практики. Конструирование социальной реальности как ее производство в процессе человеческого взаимодействия. «Прагматический поворот» в гуманитарных науках и его последствия. Социальная феноменология (*А. Шюц, П. Бергер, Т. Лукман*) и ее ресурсы в медиа-исследованиях. Мир повседневности как основа конструирования медиареальности (*Х. Молотч, М. Лестер*). Концепция медиареальности *Д. Элтейда*: конструктивистская реконструкция медиапроизводства понятие медиалогии, формата как аналога естественной установки, «сканирующего времени» телевидения, постжурнализма. Этнометодология и теория фреймов (*Г. Гарфинкель, И. Гофман*): базовые положения. Фрейминг как техника конструирования новостей и как механизм восприятия контента в рамках знакомых контекстов (*Р. Энтман*). Режимы вовлеченности и фреймы телепросмотра (*В. Вахитайн*). Медиареальность в перспективе неофункционализма *Н. Лумана*: две реальности масс-медиа, аутопойезис, двоичный код, программные области, критерии трансформации события в новость. Масс-медиа и социоанализ (*П. Бурдьё, П. Шампань и др.*): поле журналистики, его агенты, капиталы и позиции, принцип двойной зависимости поля, символическая власть, «медиатические интеллектуалы», феномен «быстромыслия» (*fast-thinking*), «несуществующее» общественное мнение и критика технологий опросов.

**Тема 7. Теории медиа-эффектов.** Общая схема трансформации представлений исследователей об эффектах воздействия масс-медиа на аудиторию. Первоначальные версии атомизированных аудиторий и эффекта «магической пули» (*Г. Лассуэлл*). «Повторное открытие» первичных групп и формирование концепции многоступенчатого потока информации и «лидеров мнений» в рамках структурного функционализма. Теория когнитивного диссонанса *Л. Фестингера* и ее проекция в область медиа-исследований: феномен «упрямой аудитории». Теория информационного дефицита (*Г. Донахью, С. Олиен, П. Тиченор*): «информационные бедняки» и «богачи», понятие «разрывов в знании» и проблематичность феномена «хорошо информированного гражданина» как самостоятельного актора демократической политики. Теория «удовлетворения потребностей» (*Э. Кац*) как структурно-функциональная версия идеи «активных аудиторий»: обоснование зависимости медиа-потребления от потребностей индивидов, а не медиа-производителей. Формирование и развитие теории «повестки дня» (*М. Маккомбс, Д. Шоу*): акцент на когнитивных аспектах медиа-потребления, типы повесток, потребность в ориентации и функция социального конструирования реальности. Теория публичных арен (*Ч. Боск, С. Хилгартен, И. Г. Ясавеев*): конструкционистский подход к социальным проблемам, пропускная способность арен как ключевой ограничитель в мире медиа. Теория «усталости сострадать» (*К. Кинник, Д. Крэгмон, Г. Камерон*):



обоснование механизмов эмоционального выгорания индивидов по отношению к социальным проблемам. Теория «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман): зависимость индивидуальных мнений от представлений о мнениях большинства, феномен «плюралистического незнания», страх изоляции, «сдвиг последней минуты» и присоединение к победителю.

**Тема 8. Интернет, виртуальная реальность и «новые медиа»: подходы к осмыслению.** Технологическая революция в коммуникациях второй половины XX века и ее последствия. Технократический миллениаризм и интернет-утопизм: «дивный новый мир цифровой Агоры». Концептуальные ресурсы философии техники в осмыслении виртуализации общества. Реальное/виртуальное, феномен иммерсивности. Теория виртуальной реальности А. Бюля. Мифология глобальных информационных потоков (М. Фергюсон). Интернет как медиум Постмодерна. «Цифровой раскол» и его осмысление: понятия информационной культуры и медиапоколений. «Добровольное рабство юзеров» (Н. Больц). Сетевое общество как гипертекст. Феномен «пустой публичной сферы» и кризис репрезентативных политических институтов. «Индустрии культуры» в эпоху Web.2.0.: концепция экономики символического обмена А. Долгина. Концепция менеджмента внимания и «рынков как разговоров».

#### 4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

##### 4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.9.2 «Современные теории массовых коммуникаций» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Таблица 4.

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Картография современных теорий массовых коммуникаций	Устный ответ на вопросы
Тема 2	Медиаэкология и теории технологического детерминизма	Проведение письменного тестирования
Тема 3	Культивационная теория Анненбергской школы	Устный ответ на вопросы
Тема 4	Британские «культурные исследования» (BSCS)	Предоставление доклада в печатном виде; Устное выступление с докладом
Тема 5	Школа медиа-исследований при Университете г. Глазго (Glasgow Media Group)	Устный ответ на вопросы

Тема 6	Социальный конструктивизм и теории медиареальности	Проведение письменного тестирования
Тема 7	Теории медиа-эффектов	Проведение письменного тестирования
Тема 8	Интернет, виртуальная реальность и «новые медиа»: подходы к осмыслению	Написание и предоставление контрольной работы в печатном виде

4.1.2. Зачет проводится в форме устного собеседования по вопросам билета.

## 4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Полный перечень материалов текущего контроля находится на кафедре политических наук и технологий в папке УМК-Д.

### Типовые темы для составления конспектов по теме 1

1. Кратко охарактеризуйте основные этапы развития теории массовых коммуникаций.
2. Определите какую роль процессы формирования массового общества и урбанизации оказали на развитие медиа-теорий.
3. Определите количество коммуникативных революций в XX веке.
4. Раскройте смысл альтернативной парадигмы в медиа-исследованиях.
5. Раскройте смысл термина «междисциплинарность» применительно к современным теориям массовых коммуникаций.
6. Выделите критерии картографирования медиа-теорий Д. Маккуэйла.

**Типовые варианты тестовых заданий по теме 2** (правильные варианты ответов отмечены \*)

*Инструкция:* из предложенных вариантов ответа на вопрос выберите один правильный.

*Вопрос:* Концепция информационного общества М. Кастельса опирается на:

- А. Теоретический фундамент структурного функционализма.
- Б. Базовые положения социальной феноменологии.
- В. Ключевые разработки Торонтской школы медиа-исследований\*.

### Типовые темы для составления конспектов по теме 3

1. Самостоятельно проинтерпретируйте определение коммуникации Дж. Гербнера.
2. Кратко опишите основные результаты исследовательской программы «Профиль насилия».
3. Раскройте смысл гипотезы культивации.
4. Объясните, почему телевидение сопоставимо с мифо-ритуальными кодами культуры.

5. Объясните, чем так называемые «тяжелые» телезрители отличаются от «легких».
6. Объясните, что такое мейнстриминг применительно к телевидению.

#### **Типовые темы для докладов по теме 4**

1. Теория гегемонии в произведениях Антонио Грамши.
2. Основные этапы развития Франкфуртской школы неомарксизма.
3. Социология медиа Т.В. Адорно.
4. Индустрии культуры в современном мире: анализ основных тенденций развития.
5. Феномен идеологии в творчестве Луи Альтюссера.
6. Процесс массовой коммуникации в работах Стюарта Холла.
7. Джон Фиск как исследователь популярной культуры.
8. Теории активных аудиторий в современной коммуникативистике.

#### **Типовые темы для составления конспектов по теме 5**

1. Раскройте смысл процесса гейткипинга в процессе производства новостей.
2. Объясните роль идеологии в практиках производства медиа-контента.
3. Раскройте смысл понятия «перформатив» в теории Дж. Остина.
4. Объясните, чем констатативный подход к новостному контенту отличается от перформативного.
5. Самостоятельно проинтерпретируйте как рамки нормальности/девиантности определяют текст новости.

#### **Типовые варианты тестовых заданий по теме 6 (правильные варианты ответов отмечены \*)**

*Инструкция:* из предложенных вариантов ответа на вопрос выберите один правильный.

*Вопрос:* Принцип двойной зависимости поля журналистики был разработан в рамках:

- А. Теории Д. Элтейда.
- Б. Школы П. Бурдьё\*.
- В. Социальной феноменологии.

#### **Типовые варианты тестовых заданий по теме 7 (правильные варианты ответов отмечены \*)**

*Инструкция:* из предложенных вариантов ответа на вопрос выберите один правильный.

*Вопрос:* Феномен «плюралистического незнания» используется:

- А. В рамках теории «спирали молчания»\*.
- Б. В рамках концепции «повестки дня».
- В. В рамках теории диффузии инноваций.

## Типовые темы контрольных работ по теме 8

1. Специфика коммуникационной революции эпохи Интернета.
2. Теория сетевого общества М. Кастельса.
3. Сила слабых связей: подход М. Гранноветтера.
4. Специфика «цифрового раскола» в современном мире.
5. Утопия Интернет-демократии.
6. Антиутопия Интернет-Паноптикума.
7. Понятие виртуальной реальности в современной коммуникативистке.
8. Феномен слактивизма в современной политике.
9. «Облачная демократия»: миф или реальность.
10. Интернет как виртуальное расширение человека.

### 4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

#### 4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Таблица 5.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-7	способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникативных кампаний и мероприятий	ПК-7.5	способен использовать теоретические знания и применять методы социологических и маркетинговых исследований, способов и приемов консалтинга, электоральных PR-технологий при подготовке коммуникационных кампаний и мероприятий

Таблица 6.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-7.5 способен использовать теоретические знания и применять методы социологических и маркетинговых исследований, способов и приемов консалтинга,	показывает знание основных теорий массовых коммуникаций, владение совокупностью методов социологических исследований	демонстрирует знание основных теорий массовых коммуникаций, уверенное владение совокупностью методов социологических исследований

электоральных PR-технологий при подготовке коммуникационных кампаний и мероприятий		
--	--	--

#### 4.3.2. Типовые оценочные средства

Полный перечень вопросов для подготовки к зачету находится на кафедре политических наук и технологий в УМК-Д.

##### Типовые вопросы для подготовки к зачету

1. Общая характеристика современного этапа развития исследований в области массовой коммуникации в сравнении с предыдущими.
2. Анализ книгопечатной революции и ее последствий в новоевропейской культуре Э. Эйзенштайн.
3. Концепция «Галактики Интернета» М. Кастельса.
4. Гипотеза культивации, понятия культурных индикаторов, мейнстриминга, резонанса, тяжелых/легких зрителей.
5. Критика теории симулякров Ж. Бодрийера.
6. Модель телевизионного дискурса В. Морин.
7. Масс-медиа и социоанализ.
8. Режимы вовлеченности и фреймы телепросмотра.
9. Формирование и развитие теории «повестки дня».
10. Теория «усталости сострадать».

##### Шкала оценивания

Таблица 7.

Зачет	Критерии оценки
Незачтено	Не способен продемонстрировать знание основных теорий массовых коммуникаций, не способен продемонстрировать уверенное владение совокупностью методов социологических исследований
Зачтено	Демонстрирует знание основных теорий массовых коммуникаций, уверенное владение совокупностью методов социологических исследований

#### 4.4. Методические материалы промежуточной аттестации

##### Методические материалы по процедуре оценивания обучающихся

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет проводится в форме устных ответов на вопросы. Типовые вопросы находятся в п. 4.3 рабочей программы дисциплины. Оценивание производится на основе изложенных в табл. 7 критериев.

## **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

### **Методические рекомендации для обучающихся по очной форме обучения**

Для наилучшего усвоения материала студент обязательно должен посещать все лекционные и семинарские занятия, что будет способствовать постепенному накоплению знаний, максимальному развитию умений и навыков. Кроме того, студент обязан выполнять все виды самостоятельной работы. При подготовке к семинарам студент готовит темы и вопросы, в том числе выносимые на самостоятельное изучение, при необходимости составляет конспект, тезисы доклада.

К каждой теме семинара студент готовит вопросы, раскрытие которых позволит передать ее содержание. Подготовка к аудиторным занятиям предполагает изучение текстов лекций, а также изданий, входящих в списки основной и дополнительной литературы. Проработку материалов лекций целесообразно осуществлять в течение 2 – 3-х дней после её проведения. С этой целью необходимо просмотреть записи и подчеркнуть заголовки и самые ценные положения разными цветами (применение разноцветных пометок делают важные положения более наглядными, и облегчают визуальное запоминание), внимательно изучить ключевые слова темы занятия. Отдельные темы курса предполагают дополнительную проработку материала, доработку лекций, составление конспектов. При подготовке к лекции-дискуссии преподаватель может рекомендовать обучающимся предварительное изучение материалов периодических изданий, а также подготовку примеров из практики.

### **Методические рекомендации при подготовке доклада**

При подготовке докладов студентам рекомендуется пользоваться списками рекомендуемой литературы, а также информацией из интернет-источников. Цель выполнения докладов – выработка у студента опыта самостоятельного получения знаний по одной из проблем (тем) курса. Выполнение данного вида работы имеет большое значение: во-первых, она закрепляет и углубляет знания студентов по изучаемой дисциплине; во-вторых, приобщает студентов к самостоятельной творческой работе с профильной литературой, приучает находить в ней основные дискуссионные положения, относящиеся к рассматриваемой проблеме; подбирать, обрабатывать и анализировать конкретный материал и на его основе делать обоснованные выводы; в-третьих, студент учится последовательно и грамотно излагать свои мысли при анализе проблем, изложенных в научной литературе, связывать общие теоретические положения с конкретной действительностью; в-четвертых, студент приобретает опыт подготовки выступлений и докладов на семинарских занятиях, участия в дискуссиях и научно-практических конференциях. При подготовке доклада студент также готовит список вопросов по выбранной теме. Подготовленные вопросы могут быть

использованы с целью экспресс-опроса студентов, слушающих доклад или как вариант проверки подготовки студента к занятию. Опрос может происходить как в устной, так и в письменной форме. Студент имеет право пользоваться подготовленным текстом доклада, но не читать его полностью. Рекомендовано использование мультимедийными презентации при изложении материала.

Конспекты статей, параграфов и глав или полного текста книг оцениваются с учетом труда, вложенного в их подготовку. Они не подменяются планами работ или полностью переписанным текстом: студент должен научиться отбирать основное. Конспект пишется в тетради с обозначением фамилии владельца. Обязательно указывается автор книги (статьи), место и год издания, а на полях помечаются страницы, где расположен конспектируемый текст. Качество конспекта повышается, когда студент сопровождает его своими комментариями, схемами или таблицами.

### **Методические рекомендации по написанию контрольной работы**

Контрольная работа является видом текущего контроля знаний (компетенций) студентов. Контрольная работа – самостоятельная учебная работа, имеющая целью закрепление теоретического материала, выработку навыков научно- исследовательской работы, углубленное изучение вопроса, темы, раздела дисциплины и направленная на разработку авторской концепции исследуемого явления.

Контрольная работа выполняется в виде самостоятельного исследования по темам указанным в рабочей программе. Тема контрольной работы выбирается из рекомендованного списка или по предложению студента с согласия преподавателя дисциплины. Студент подбирает источники и дополнительную литературу по выбранной теме, знакомится с источниками и литературой. Излагать тему следует, используя всю изученную литературу и документы. Нет необходимости дословно переписывать или сканировать текст. Изложение должно быть систематизированным, логичным и самостоятельным.

Порядок выполнения контрольной работы, как правило, включает:

- выбор темы контрольной работы;
- составление плана контрольной работы;
- поиск и изучение источников информации;
- подготовка и оформление текста контрольной работы;
- представление контрольной работы руководителю;
- защита контрольной работы.

Объем работы до 15-18 страниц компьютерного текста (лист формата А4, гарнитура Times New Roman, шрифт 14, полуторный интервал).

В работе должны быть представлены следующие разделы:

- содержание, отражающее структуру работы;
- введение;
- основная часть;

- заключение;
- библиографический список (8-10 наименований).

При цитировании обязательны постраничные ссылки на использованную литературу с точным указанием автора, названия книги, места и года издания и страницы. Работа, не имеющая научного аппарата, возвращается автору для доработки.

В содержании отражается структура работы, перечисляются названия глав и параграфов с указанием страниц.

Структурными элементами введения являются: актуальность, обзор литературы, объект, предмет, территориальные рамки исследования, хронологические рамки, цель, задачи и источники.

Основная часть должна состоять из глав, разбитых на параграфы и при необходимости на пункты. Оптимальное число глав – от 2 до 3, число параграфов в каждой главе – не менее 2. Деление работы на главы и параграфы должно соответствовать логике изложения материала. Каждый параграф должен заканчиваться промежуточным выводом, в конце главы формулируется общий вывод.

Заключение представляет собой основные выводы и результаты, полученные в ходе проведения исследования. Заключение исследовательской работы необходимо тщательно проработать, опираясь на основной материал.

Библиографический список включает в себя список источников и список использованной литературы, который оформляется в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008.

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **6.1 Основная литература**

1. *Бакулев, Г. П.* Массовая коммуникация. Западные теории и концепции [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Г. П. Бакулев. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 192 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/8836.html>, требуется авторизация (дата обращения : 08.08.2016). – Загл. с экрана.

2. *Киселёв, А. Г.* Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс] : учебник / А. Г. Киселёв. – Электрон. дан. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 431 с. – Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719>, требуется авторизация (дата обращения : 08.08.2016). – Загл. с экрана.

3. *Клюев, Ю. В.* Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ю. В. Клюев. – Электрон. дан. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 100 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». – Режим



доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884>, требуется авторизация (дата обращения : 08.08.2016). – Загл. с экрана.

## **6.2 Дополнительная литература**

1. *Березняков, Д. В.* Социология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по специальности 030602.65 - Связи с общественностью / Д. В. Березняков ; Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2010. - 173 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изд. / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 08.08.2016). - Загл. с экрана.

2. *Полуэхтова, И. А.* Социология массовой коммуникации. Часть 1. [Электронный ресурс] : курс лекций / И. А. Полуэхтова. - Электрон. дан. - Москва : Моск. гуманитар. ун-т, 2012. - 96 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/14530.html>, требуется авторизация (дата обращения : 08.08.2016). – Загл. с экрана.

3. *Федотова, Л. Н.* Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учеб. для бакалавров и для студентов вузов, обучающихся по гуманитар. направлениям и специальностям / Л. Н. Федотова ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2016. - 603 с.

4. *Шарков, Ф. И.* Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – Электрон. дан. - Москва : Издат.-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2016. - 486 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454107>, требуется авторизация (дата обращения : 08.08.2016). – Загл. с экрана.

5. *Шарков, Ф. И.* Коммуникология: основы теории коммуникации : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К, 2016. - 487 с. – То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/4438>, требуется авторизация (дата обращения : 08.08.2016). – Загл. с экрана.

## **6.3 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

*Романов, А. А.* Массовые коммуникации [Электронный ресурс] : учеб.-практ. пособие / А. А. Романов. – Электрон. дан. - Москва : Евраз. открытый ин-т, 2010. - 175 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93162>, требуется авторизация (дата обращения : 08.08.2016). – Загл. с экрана.

#### **6.4. Нормативные правовые документы**

1. О рекламе : федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38–ФЗ // Собр. законодательства Российской Федерации. – 2006. – №12. – Ст. 1232.
2. О средствах массовой информации : федеральный закон от 27.12.1991 г. № 2124-1 // Российская газета. – 08.02.1992. – №32.
3. Об информации, информационных технологиях и защите информации : федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ // Собр. законодательства РФ. – 2006. – № 31 (1 ч.). – Ст. 3448.
4. Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления: федеральный закон от 09.02.2009 №8-ФЗ // Собр. законодательства РФ. – 2009. – № 7. – Ст. 776.

#### **6.5. Интернет-ресурсы**

1. Международный пресс-клуб [Электронный ресурс] / Международный пресс-клуб. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.pressclub.host.ru/>, свободный (дата обращения 16.01.2017) – Загл. с экрана.
2. Первая российская PR-компания «Никколо М» [Электронный ресурс] / Первая российская PR-компания «Никколо М». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://nikkolom.ru/>, свободный (дата обращения 16.01.2017) – Загл. с экрана.
3. Профессиональный PR-портал [Электронный ресурс] / Профессиональный PR-портал. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.sovetnik.ru/>, свободный (дата обращения 16.01.2017) – Загл. с экрана.
4. Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс] / Российская ассоциация по связям с общественностью. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.raso.ru/>, свободный (дата обращения 16.01.2017) – Загл. с экрана.
5. Связи с общественностью в государственных структурах [Электронный ресурс] / Связи с общественностью в государственных структурах. – Электрон. дан. – Режим доступа : <http://gospr.ru/>, свободный (дата обращения 16.01.2017) – Загл. с экрана.
6. Со-Общение [Электронный ресурс] / Со-Общение. – Электрон. дан. – Режим доступа : <http://www.soob.ru/>, свободный (дата обращения 16.01.2017) – Загл. с экрана.
7. Центр политических технологий [Электронный ресурс] / Центр политических технологий. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://ww.cpt.ru/>, свободный (дата обращения 16.01.2017) – Загл. с экрана.
8. PR в России [Электронный ресурс] / PR в России. – Электрон. дан. – Режим доступа : <http://www.rupr.ru/>, свободный (дата обращения 16.01.2017) – Загл. с экрана.

9. Press-release.ru: служба распространения пресс-релизов [Электронный ресурс] / Press-release.ru: служба распространения пресс-релизов. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.press-release.ru/>, свободный (дата обращения 16.01.2017) – Загл. с экрана.

10. PRNews [Электронный ресурс] / PRNews. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.prnews.ru/>, свободный (дата обращения 16.01.2017) – Загл. с экрана.

11. PR-online [Электронный ресурс] / PR-online. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.pronline.ru/>, свободный (дата обращения 16.01.2017) – Загл. с экрана.

## **6.6. Иные источники**

Иные источники не используются.

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

**Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа:** экран, компьютер с подключением к локальной сети института, и выходом в Интернет, звуковой усилитель, антиподаватель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна настольная, доска аудиторная.

**Лаборатория личностного и профессионального развития:** полиграф «Фемида», компьютер с подключением к локальной сети института и выходом в Интернет, телевизор, колонки, DVD-проигрыватель, методические материалы (тесты, методики и т.п.), столы письменные, стулья, шкаф, трибуна настольная, стеллаж, доска аудиторная, ковровое покрытие; стекло для одностороннего просмотра для проведения фокус-групп.

**Компьютерная лаборатория «Реклама и связи с общественностью»:** компьютер с подключением к локальной сети института и выходом в Интернет, мультимедийный проектор, цифровые фотоаппараты, ноутбуки, справочная литература, стол аудиторный, стулья.

**Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа:** столы аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная.

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся.** Компьютерные классы: компьютеры с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет, столы аудиторные, стулья, доски аудиторные.

**Центр интернет-ресурсов:** компьютеры с выходом в Интернет, автоматизированную библиотечную информационную систему и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Университетская Информационная

Система РОССИЯ», «Электронная библиотека диссертаций РГБ», «Научная электронная библиотека eLIBRARY», «EBSCO», «SAGE Premier». Система федеральных образовательных порталов «Экономика. Социология. Менеджмент», «Юридическая Россия», Сервер органов государственной власти РФ, Сайт Сибирского Федерального округа и др. Экран, компьютер с подключением к локальной сети филиала и выходом в Интернет, звуковой усилитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная. Наборы виртуального демонстрационного оборудования, наглядные учебные пособия.

**Библиотека** (имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет: компьютеры с подключением к локальной сети филиала и Интернет, Wi-Fi, столы аудиторные, стулья, Wi-Fi).

**Специализированный кабинет для занятий с маломобильными группами** (студенты с ограниченными возможностями здоровья): Экран, компьютеры с подключением к локальной сети института и выходом в Интернет, звуковой усилитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна настольная, доска аудиторная, офисные кресла.

Для изучения дисциплины необходим офисный пакет Microsoft Office, Интернет браузеры (Opera, Google Chrome), программы просмотра видео (Windows Media Player).