

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:  
на заседании кафедры этики, культурологии и  
связей с общественностью  
протокол № 7 от «5» июня 2020 г.

Согласовано:  
Председатель УМК факультета философии и  
социологии

Зав. кафедрой  /Иткулова Л.А.

 / Хабибуллина З.Н.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Массовые коммуникации и массовая культура

Б1.8.02- часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Направление подготовки (специальность)  
51.04.01. Культурология

Направленность (профиль) подготовки  
Теория и практика современных культурных процессов

Квалификация  
магистр

Форма обучения  
Очная

Разработчики (составитель) к.филос.н., доцент Хасанова Л.Р.	 / Хасанова Л.Р.
--	---

Для приема 2020 г.

Уфа – 2020

Составитель: к.филос.н .доцент Хасанова Л.Р./

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры протокол №5 от 26. 03. 2020 г.

зав. кафедрой



/ Иткулова Л.А./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, протокол № от «» 20 г. Обновлены список основной и дополнительной литературы, перечень программного обеспечения, необходимого для освоения дисциплины.

зав. кафедрой

/ Иткулова Л.А.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью: протокол № от «» 20 г.: обновлено программное оборудование и список договоров ЭБС.

зав. кафедрой

/ Иткулова Л.А./

## Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	6
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	6
4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	6
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	12
<i>4.3. Рейтинг-план дисциплины (при необходимости)</i>	
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	20
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	20
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	21
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	22

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)
	ПК-1. Готов к ведению культурологических исследований	<p>ПК-1.1. Знает: подходы, методологии, теории, концепции, методы изучения культуры.</p> <p>ПК-1.2. Умеет: применять соответствующие подходы, методологии, теории, концепции, методы для изучения культурных объектов: культурных форм, явлений, процессов, практик, других культурных объектов</p> <p>ПК-1.3. Владеет: навыками проведения конкретного культурологического исследования в соответствии с требованиями к проведению научного исследования</p>
	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	<p>ИУК-4.1. Знает: способы создания различных типов письменных и устных текстов на русском и иностранном языке для академического и профессионального взаимодействия.</p> <p>ИУК-4.2. Умеет: участвовать в процессах профессиональной коммуникации на русском и иностранном языке, в том числе с применением современных коммуникативных технологий.</p> <p>ИУК-4.3. Владеет: навыками представления результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, участия в академических и профессиональных дискуссиях на иностранном языке.</p>
	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК 5.1. Знает: способы анализа социокультурных Параметров различных групп и общностей и социокультурного контекста взаимодействия.

		ИУК-5.2. Умеет: выстраивать социокультурную коммуникацию и взаимодействие с учетом необходимых параметров межкультурной коммуникации и социокультурного контекста. ИУК-5.3. Владеет: навыками выстраивания профессионального взаимодействия в мультикультурной среде.
--	--	--

## **2.Цель и место учебной дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы.**

Данная учебная дисциплина входит в раздел «Б1.8.02. часть, формируемая участниками образовательных отношений» ФГОС ВО по направлению подготовки 51.04.01. Культурология (уровень магистратуры). Целями освоения дисциплины «Массовые коммуникации и массовая культура» являются социокультурная и политическая специфика современных медиа, изучение истории и теории медиа исследований, а также некоторых практик в сфере массовых коммуникаций. Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате освоения дисциплин ООП магистратуры по направлению подготовки Культурология: «Менеджмент в сфере культуры и искусства», «Медиатекст в современной культуре», «Медиакультура», «Миф в современной культуре».

## **3.Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)**

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

## **4.Фонд оценочных средств по дисциплине**

### **4.1.Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценок.**

Код и формулировка компетенции: ПК-1. Готов к ведению культурологических исследований

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
ПК-1. Готов к ведению культурологических исследований	ПК-1.1. Знает: подходы, методологии, теории, концепции, методы изучения культуры..	Не знает подходы, методологии, теории, концепции, методы изучения культуры..	В целом знает подходы, методологии, теории, концепции, методы изучения культуры..

	ПК-1.2. Умеет: применять соответствующие подходы, методологии, теории, концепции, методы для изучения культурных объектов: культурных форм, явлений, процессов, практик, других культурных объектов.	Не умеет или не способен применять соответствующие подходы, методологии, теории, концепции, методы для изучения культурных объектов: культурных форм, явлений, процессов, практик, других культурных объектов.	Умеет системно применять соответствующие подходы, методологии, теории, концепции, методы для изучения культурных объектов: культурных форм, явлений, процессов, практик, других культурных объектов.
	Владеет: навыками проведения конкретного культурологического исследования в соответствии с требованиями к проведению научного исследования	Не владеет навыками проведения конкретного культурологического исследования в соответствии с требованиями к проведению научного исследования	Успешное и систематическое применение навыков проведения конкретного культурологического исследования в соответствии с требованиями к проведению научного исследования

Код и формулировка компетенции: УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном	ИУК-4.1. Знает: способы создания различных типов письменных и устных текстов на русском и иностранном	Не знает способы создания различных типов письменных и устных текстов на русском и иностранном языке для академического и профессионального взаимодействия.	В целом знает способы создания различных типов письменных и устных текстов на русском и иностранном языке для академического и профессионального взаимодействия.

(ых) языке(ах), для академическо го и профессиона льного взаимодейств ия	языке для академического и профессиональ ного взаимодействия .		
	ИУК-4.2. Умеет: участвовать в процессах профессиональ ной коммуникации на русском и иностранном языке, в том числе с применением современных коммуникативн ых технологий.	Не умеет или не способен участвовать в процессах профессиональной коммуникации на русском и иностранном языке, в том числе с применением современных коммуникативных технологий.	Умеет системно применять участвовать в процессах профессиональной коммуникации на русском и иностранном языке, в том числе с применением современных коммуникативных технологий.
	ИУК-4.3 Владеет: навыками представления результатов исследовательск ой и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, участия в академических и профессиональ ных дискуссиях на иностранном языке.	Не владеет навыками представления результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, участия в академических и профессиональных дискуссиях на иностранном языке.	Успешное и систематическое навыками представления результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, участия в академических и профессиональных дискуссиях на иностранном языке..

Код и формулировка компетенции: УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

Код и наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено

достижения компетенции			
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК-5.1. Знает: способы анализа социокультурных параметров различных групп и общностей и социокультурного контекста взаимодействия . .	Не знает способы анализа социокультурных параметров различных групп и общностей и социокультурного контекста взаимодействия	В целом знает способы анализа социокультурных параметров различных групп и общностей и социокультурного контекста взаимодействия
	ИУК-5.2. Умеет: выстраивать социокультурную коммуникацию и взаимодействие с учетом необходимых параметров межкультурной коммуникации и социокультурного контекста.	Не умеет или не способен выстраивать социокультурную коммуникацию и взаимодействие с учетом необходимых параметров межкультурной коммуникации и социокультурного контекста.	Умеет системно применять выстраивать социокультурную коммуникацию и взаимодействие с учетом необходимых параметров межкультурной коммуникации и социокультурного контекста.
	ИУК-5.3 Владеет: навыками выстраивания профессионального взаимодействия в мультикультурной среде.	Не владеет навыками выстраивания профессионального взаимодействия в мультикультурной среде.	Успешное и систематическое навыками выстраивания профессионального взаимодействия в мультикультурной среде.

Критерии оценки для магистрантов:

«Зачтено» выставляется, если магистрант показал полное, осмысленное, глубокое раскрытие вопроса с опорой на концепции ведущих авторов; смог привести примеры; допустил незначительные фактические неточности; показал хорошее владение понятийно-терминологическим аппаратом; структура ответа четко выстроена, изложение последовательное, уверенное, осознанное.

«Не зачтено» выставляется, если магистрант показал фрагментарное неглубокое раскрытие вопроса; допущены принципиальные неточности; не владение основными понятиями; ответ неуверенный, плохо выстроен.

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	Знает: способы создания различных типов письменных и устных текстов на русском и иностранном языке для академического и профессионального взаимодействия.	ИУК-4.1.	устный опрос, проверка конспектов научной и учебной литературы
	Знает: способы анализа социокультурных параметров различных групп и общностей и социокультурного контекста взаимодействия	ИУК-5.1	устный опрос, проверка конспектов научной и учебной литературы
	Знает: подходы, методологии, теории, концепции, методы изучения культуры..	ПК-1.	устный опрос, проверка конспектов научной и учебной литературы
2-й этап Умения	Умеет: участвовать в процессах профессиональной коммуникации на русском и иностранном языке, в том числе с применением современных коммуникативных технологий	ИУК-4.2.	устный опрос, доклад
	Умеет: выстраивать социокультурную коммуникацию и взаимодействие с учетом необходимых параметров межкультурной коммуникации и социокультурного контекста	ИУК-5.2	устный опрос, проверка конспектов научной и учебной литературы, доклад
	Умеет: применять соответствующие подходы,	ПК-1	устный опрос, проверка конспектов научной и учебной

	методологии, теории, концепции, методы для изучения культурных объектов: культурных форм, явлений, процессов, практик, других культурных объектов.		литературы, доклад
3-й этап  Владеть навыками	Владеет: навыками представления результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, участия в академических и профессиональных дискуссиях на иностранном языке.	ИУК-4.3.	устный доклад опрос,
	Владеет: навыками выстраивания профессионального взаимодействия в мультикультурной среде.	ИУК-5.3.	устный доклад опрос,
	Владеет: навыками проведения конкретного культурологического исследования в соответствии с требованиями к проведению научного исследования	ПК-1	устный доклад опрос, проверка конспектов научной и учебной литературы, доклад тестирование

#### ВОПРОСЫ ДЛЯ СЕМИНАРОВ:

Тема 1. Возникновение и эволюция коммуникаций в обществе. Понятие, сущность, задачи и функции массовой культуры и массовых коммуникаций.

1. История возникновения и развития массовых коммуникаций.
2. Особенности коммуникаций в социальном организме.
3. Массовые коммуникации как основные каналы маркетинговых коммуникаций. Глобализация информационных процессов.
4. Проблемы обработки массовой информации.
5. Понятие массовой культуры. Предмет изучения массовой культуры .
6. Задачи и функции массовой культуры.

## Тема 2. Массовое общество и человек массы

1. «Масса» как социологическое понятие.
2. Становление и развитие массового общества, его характерные черты.
3. Мыслители первой половины XX в. О «человеке массы» и причинах его появления.
4. Критическая теория: интерпретация массовой коммуникации представителями Франкфуртской школы. Медиа и сфера публичного: Ю. Хабермас.
5. Новые концепции массового общества.

## Тема 3 Массовая культура и массовые коммуникации современного общества

1. Основы теории коммуникации.
2. Виды коммуникативных систем.
3. Этапы формирования массовой культуры.
4. Способы измерения эффектов и эффективности коммуникации.
5. Характерные черты массовой культуры. Общедоступность и тиражируемость. Коммерческий характер.
6. Основные направления и жанры. Различия в оценках роли массовой культуры в общественном развитии.

## Тема 4. Массовая культура в России

1. Зарождение массовой культуры в России.
2. Отношение к феномену массовой культуры передовых русских мыслителей XIX начала XX в.
3. Создание в СССР массового общества мобилизационного типа.
4. Отличия советской массовой культуры от западной модели. Новые черты массовой культуры в советском обществе 60-80-х гг. XX в.
5. Особенности массовой культуры в постсоветском обществе.
6. Взаимосвязь традиционной и массовой культуры в современных условиях.
7. «Промежуточная» культура, ее отличия от массовой культуры.

## Тема 5. Массмедиа .

1. Средства массовой коммуникации как общественный институт. Функции СМИ.
2. Место стереотипа, установки, влияния окружения, прошлого коммуникативного опыта в механизме осуществления коммуникаций.
3. Влияние СМИ на сознание и поведение людей: различные оценки. Массовая культура и СМИ.
4. Роль государства в регулировании деятельности СМИ. Особенности развития отечественных средств массовой информации.
5. Социальные и технологические предпосылки перехода к «эре телевидения. Телевидение в системе СМИ.
6. Информационное и развлекательное вещание. Особенности телевосприятия.
7. Государственное, общественно-государственное и частное телевидение. Развитие телевидения в нашей стране.

## Тема 6. Структурные элементы СМК. Массовое искусство

1. Понятие информации.  
Социально-демографические характеристики аудитории и ее характеристики сознания как фильтры восприятия содержания СМК.
2. Внимание, понимание, освоение и усвоение как основные стадии в процессе потребления информации.
3. Газеты, глянцево-журналы, телевидение, радио и кино как элементы массовой культуры.
4. Особенности массовой литературы. Направления и жанры. Массовая литература в современном обществе, масштабы и характер влияния: различные оценки.

5. Низкое» и «высокое» в массовом литературном потоке. Жанрово-тематические особенности, стилистическое своеобразие.
6. Популярная музыка. Основные этапы в развитии музыкального искусства.
7. Появление профессиональных создателей и исполнителей музыкальных произведений. Создание систем звукозаписи.
8. Музыка для массовой аудитории. Жанры популярной музыки.
9. Основные направления легкой музыки. Развитие популярной музыки в России. Музыка молодых.

#### Тема 7. Социальность и медиа: сетевое общество

1. Сетевой принцип социальной организации. Надгосударственный характер сетей. Проблематика локальных самоорганизующихся структур.
2. Сообщества в Интернете. Горизонтальные связи, изменение иерархий, создание своих сообществ. Частное пространство в Интернете: личные страницы, форумы, Живой журнал.
3. Проблематика свободы и контроля в массовой культуре.
4. Проблема взаимодействия государственной власти и творцов культуры
5. Рычаги государственного влияния на культуру. Модели государственного регулирования культуры.
6. Негосударственная поддержка развития культуры. Спонсорство и меценатство

#### Тема 8. Реклама в жизни современного общества. Влияние массовой культуры на развитие общества.

1. Влияние на экономику; реклама как показатель глобализации рыночных процессов. Массовая культура и потребительское поведение.
2. Реклама и массовая культура. Государственное регулирование деятельности средств массовой коммуникации.
3. Массовая коммуникация в контексте глобализации.
4. Проблема массовости культуры и коммуникации в контексте медиасферы современной техногенной цивилизации.
5. Возрастание роли рекламы в современном мире. Реклама как компонент маркетинга.
6. «Виртуальный мир» рекламы. Рекламные сообщения как мифологемы.
7. Влияние рекламы на другие направления и формы массовой культуры. СМИ и реклама.
8. Основные этапы процесса создания рекламы.

#### Тема 9. Утилитарный характер массовой культуры

1. Отношение «человек – вещь». Утилитарность и эстетика вещи.
2. Прикладное искусство и дизайн. Требования эргономики в дизайне.
3. Разновидности дизайна: промышленный, графический, архитектурный, арт-дизайн. Стили в дизайне
4. Особенности стиля модерн. Стиль в постмодернизме. Русский конструктивизм
5. Понятие «общество потребления». Культура потребления и потребление культуры.
6. Типы потребительского поведения. Влияние культурных норм и стандартов на потребительское поведение.
7. Символическое значение вещи. Сакральное и демонстративное поведение
8. Общество потребления. Торговые фирмы – бренды.

Вопросы для зачета:

1. Массовая коммуникация и ее особенности.
2. Медиакультура: подходы к определению
3. Средства массовой коммуникации: нормативные модели
4. "Глобальное телевидение" и public sphere
5. Исследовательские подходы к проблеме конструирования реальности в медиакультуре.
6. «Новости» и «реклама».
7. Информационные программы как объект изучения и предмет обсуждения
8. Саморефлексия журналистского сообщества
9. Позитивистское направление в изучении СМК
10. Гипотеза «повестки дня», прикладные (коммерческие) исследования массовой коммуникации
11. Панорама современных СМК: исследовательские стратегии и повседневный опыт.
12. Телевидение. пресса, радио.
13. Предмет и объект культурологического исследования медиакультуры.
14. Понятие и сущность медиакультуры
15. Возникновение массовой коммуникации: предпосылки и причины.
16. Уровни научных исследований массовых коммуникаций.
17. Зарубежные исследования массовых коммуникаций и массовой культуры.
18. Отечественные исследования массовых коммуникаций и массовой культуры..
19. Марксизм и теория массовых коммуникаций.
20. СМИ в системе массовых коммуникаций и массовой культуры.
21. Виды массовых коммуникаций
22. Особенности СМИ как массовой коммуникации.
23. Понятие идеологии и идеологемы
24. Система массовых коммуникаций и социальное управление.
25. Информация, её виды.
26. Понятие массово-коммуникативного процесса.
27. Массовое сознание и массовые коммуникации
28. Методы информационного воздействия на аудиторию
29. Сущность общественного мнения
30. ПР и общественное мнение.
31. Пресса и власть
32. Типы средств массовых коммуникаций.
33. Печать в системе средств массовых коммуникаций.
34. Радио в системе средств массовых коммуникаций
35. Телевидение в системе средств массовых коммуникаций
36. Интернет в системе средств массовых коммуникаций и массмедиа, его особенности

### **Критерии оценивания результатов:**

В настоящее время проверка качества подготовки магистрантов на зачётах заканчивается выставлением отметок «зачтено» и «не зачтено». Критерии оценки знаний должны устанавливаться в соответствии с требованиями к профессиональной подготовке, исходя из действующих учебных планов и программ, с учётом характера конкретной дисциплины, а также будущей практической деятельности выпускника.

### **В качестве исходных рекомендуется общие критерии оценок:**

#### ***Оценка «зачтено» предполагает:***

- а) хорошее знание основных терминов и понятий курса; б) хорошее знание и владение методами изучения мифологии; в) последовательное изложение материала курса;
- г) умение формулировать некоторые обобщения по теме вопросов; д) умение использовать фундаментальные понятия из базовых культурологических дисциплин;

### **Оценка «не зачтено» предполагает:**

- а) неудовлетворительное знание основных терминов и понятий курса; б) отсутствие логики и последовательности в изложении материала курса;
- в) неумение формулировать отдельные выводы и обобщения по теме вопросов; г) неумение использовать фундаментальные понятия из базовых культурологических дисциплин;

### **Контрольная работа (текущая аттестация)**

В качестве контрольной работы магистрантам предлагается провести исследование актуальной темы по медиакультуре. Контрольная работа состоит из двух частей: а) проведение исследования конкретной проблемы; б) написание аналитической записки по результатам исследования. Контрольная работа проверяет навыки постановки проблемы, разработки концепции, построения гипотезы, составления плана проведения исторического исследования. Обсуждение результатов контрольной работы в форме дискуссии проверяет навыки аргументированного изложения собственной точки зрения, ведение и участие в дискуссии. Представление результатов контрольной работы в виде аналитического отчета формирует аналитические компетенции студента.

### **Примерные темы контрольной работы:**

1. Массовые коммуникации и их роль в социальных процессах и медиакультуре..
2. Исторические предпосылки возникновения систем массовой коммуникации.
3. Массовые коммуникации Античности.
4. Массовые коммуникации средневековой Европы.
5. Массовая культура европейского средневековья.
6. Массовые коммуникации мусульманского Востока.
7. Университетское сообщество Европы средних веков и раннего нового времени в системе массовых коммуникаций своей эпохи.
8. Интернет как специфический канал массовых коммуникаций и медиакультуры.
9. Медиакультура как составная часть содержания массовых коммуникаций.
10. Место и роль массовых коммуникаций в коммуникативном пространстве.
11. Роль массовых коммуникаций и медиакультуры в интеграции общества.
12. Массовые коммуникации и социальное управление.
13. Модели и методы массовых коммуникаций как формы социального управления.
14. Теория партиципаторных массовых коммуникаций.
15. Массовые коммуникации как социальный процесс.
16. Особенности общения и коммуникации в медиакультуре.
17. Информация и её роль в массово-коммуникативном процессе.
18. Методы информационного воздействия на аудиторию.
19. Прагматическое моделирование в массово-коммуникативной деятельности.
20. Факторы эффективности воздействия массовых коммуникаций в медиакультуре.
21. Массовое сознание и его роль в медиакультуре.
22. Теоретические аспекты исследования массового сознания.
23. Общественное мнение как состояние массового сознания.
24. ПР как способ воздействия и формирования общественного мнения.
25. Факторы эффективности деятельности средств массовых коммуникаций в медиакультуре..
26. Массовая информация как средство деятельности медиакультуры..
27. Публицистика как тип творчества.
28. Массовые коммуникации как социальный институт.
29. Система массовых коммуникаций как форма социального контроля.
30. Понятие четвертой власти в деятельности массовых коммуникаций.

### **Критерии оценки контрольной работы:**

- умение искать и находить необходимую информацию, исходный материал;
- логичность построения хода и результатов выполнения работы;

- качество содержания работы (его соответствие требованиям образовательного модуля);
- качество оформления результатов работы;
- умение использовать дополнительные возможности информационных технологий, специального оборудования и программ;
- умение делать выводы, обобщения, рекомендации для улучшения качества работы.

Описание шкалы оценивания контрольной работы:

- оценки "отлично" заслуживает обучающийся, который провёл всесторонний анализ выбранной темы, обнаруживший глубокое знание методологии исследований, выбранной темы изложивший собранный материал в ясной форме, сформулировавший обоснованные выводы по собранному материалу.
- оценки "хорошо" заслуживает обучающийся, давший полный анализ избранной темы, обнаруживший знание методологии исследования выбранной, сформулировавший основные выводы по материалу;
- оценки "удовлетворительно" заслуживает обучающийся, давший полный анализ избранной темы, обнаруживший частичное знание методологии исследований выбранной темы, сформулировавший выводы по материалу, но допустивший ошибки при выполнении контрольного задания;
- оценка "неудовлетворительно" выставляется обучающемуся, допустивший серьезные принципиальные ошибки при проведении исследования выбранной темы, пробелы в знаниях методов изучения исторического материала. Также данная оценка выставляется, если Студент не предоставил работу.

#### Эссе (текущая аттестация)

Эссе - это краткая письменная творческая работа студента на определенную тему. Основная цель написания эссе - раскрыть предложенную тему путем приведения различных аргументов (тезисов). Они должны подкрепляться доказательствами и иллюстрироваться всевозможными примерами.

Критерии оценки эссе:

Требования, предъявляемые к эссе

1. Оно должно восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной.
2. Не должно содержать ничего лишнего, должно включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия позиции, идеи автора.
3. Эссе должно иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре.
4. Каждый абзац должен содержать только одну основную мысль.
5. Оно должно показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи.
6. Должно содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции.

Примерные темы эссе:

1. Исторические предпосылки массовой культуры как общественного явления.
2. Медиакультура в массовом обществе.
3. Бизнес-коммуникации в ситуации зарождения рынка в России.
4. Массовая культура в информационной инфраструктуре России конца XX века.
5. Бизнес- коммуникация как мультипликация ценностей современного общества.
6. Феномен массовой культуры и формирование амплитуды выбора моделей образа жизни.
7. Массовая культура в политическом маркетинге.
8. Реклама в средствах массовой коммуникации: формы сосуществования.
9. Организационные основы управления бизнес- коммуникаций
10. Бизнес- коммуникации как социальная подсистема.

Описание шкалы оценивания эссе:

Эссе оценивается на положительную оценку, если:

1. Четко сформулировано понимание проблемы и ясно выражено отношение к ней автора;
2. Проблема раскрыта на теоретическом (в связях и с обоснованиями) и бытовом уровнях, с корректным использованием или без использования обществоведческих понятий в контексте ответа;
3. Логически соединены в единое повествование термины, понятия, теоретические обобщения,

относящиеся к раскрываемой проблеме;

4. Представлена четкая аргументация, доказывающая позицию автора (в виде исторических фактов, современных социальных процессов, конкретных случаев из жизни автора и его близких, статистических данных и т. п.) .

Эссе оценивается отрицательно, если:

1. Не прослеживается собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы;
2. Проблема раскрыта слабо, без использования обществоведческих терминов;
3. Не аргументировано собственное мнение
4. Эссе не предоставлено

## **5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины)**

Основная литература:

1.Черных, А. Мир современных медиа / А. Черных. - Москва : Издательский дом «Территория будущего», 2007. - 309 с.[Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84955>.

2.Кириллова, Наталья Борисовна. Медиакультура : от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова .— М. : Академический Проект, 2006 .— 448 с. – 2 экз

Дополнительная литература:

1. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784> (14.04.2019).

2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учебное пособие / Г. Вирен. - Москва : Аспект Пресс, 2017. - 127 с. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457409>

3. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции : учебное пособие / Г.П. Бакулев. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2016. - 192 с. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104042> .

### **5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины**

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Лицензия бессрочная. Договор № 104 от 17.06.2013 г.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Лицензия бессрочная. Договор № 114 от 12.11.2014 г.
3. Windows 10. Предустановленная. Лицензия бессрочная. Договор № 004 от 19.03.2019 г.

Перечень информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
- ЭБС издательства «Лань»;
- ЭБС «Электронный читальный зал»;

- Справочная система «Культура»: <http://vip.1.ru>
- Полнотекстовая база данных «Культура России»: <http://infoculture.rst.ru>
- Портал открытых данных Министерства культуры РФ: <http://opendata.mkrf.ru>
- Базы данных ЮНЕСКО: <http://unesco.org/new/ru/unesco/resoursers/publications/unesdoc-database>
- Федеральный образовательный портал. Социально-гуманитарное и политическое образование. <http://www.humanities.edu.ru/>
- Архив научных журналов издательства <http://iopscience.iop.org/>

## 6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты лицензионного документа
<p><b>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</b> аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p><b>2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</b> аудитория № 319 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 406 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p><b>3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</b> аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p><b>4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b> аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла</p>	<p><b>Аудитория № 319</b> Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор Mitsubishi Electric ex320 UIEW 330U, экран настенный.</p> <p><b>Аудитория № 316</b> Учебная мебель, доска</p> <p><b>Аудитория № 406</b> Учебная мебель, доска</p> <p><b>Аудитория № 407</b> Учебная мебель, доска</p> <p><b>Аудитория № 421</b> <b>Лаборатория ИТ</b> Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183. Учебная мебель, шкафы, компьютер (Системный блок Power Cool\ Core i3-8100 (3,6)\8Gb\HDD 1 Tb\DVD-RW\450W\ Win 10 Pro\ кл-ра USB\ Мышь USB\ LCD Монитор 21,5 (15 штук)).</p> <p><b>Читальный зал №5</b> Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер Kyocera M130 – 1 шт., сканер Epson V33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0", 2 GB, Моноблок IRu 502, 21.5", Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Лицензия бессрочная. Договор № 104 от 17.06.2013 г.</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Лицензия бессрочная. Договор № 114 от 12.11.2014 г.</p> <p>3. Windows 10. Предустановленная. Лицензия бессрочная. Договор № 004 от 19.03.2019 г.</p>

<p>Маркса, д.3, корп.4).</p> <p><b>5.помещения для самостоятельной работы:</b> читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>		
---	--	--

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине **Массовые коммуникации и массовая культура** на 3 семестр

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	5/180
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	68,2
лекций	30
практических/ семинарских	38
лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	86
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (КСР)	25,8
Форма контроля:	зачет, 3 семестр



Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
	ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
2	3	4	5	6	7	8	9
<p>Тема 1. Возникновение и эволюция коммуникаций в обществе. Понятие, сущность, задачи и функции массовой культуры и массовых коммуникаций.</p> <p>1.История возникновения и развития массовых коммуникаций.</p> <p>2. Особенности коммуникаций в социальном организме.</p> <p>3. Массовые коммуникации как основные каналы маркетинговых коммуникаций. Глобализация информационных процессов.</p> <p>4. Проблемы обработки массовой информации.</p> <p>5. Понятие массовой культуры. Предмет изучения массовой культуры .</p> <p>6. Задачи и функции массовой культуры.</p>	4	4		6	<p>Основная литература: 1-4</p> <p>Дополнительная литература: 1-3;</p>	<p>1.Изучение вопросов содержания темы;</p> <p>2.Конспектирование основной и дополнительной литературы по указанию преподавателя;</p> <p>3.Проработка конспекта лекций, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.) И использование ресурсов интернет</p>	<p>устный опрос, проверка конспектов научной и учебной литературы, доклад</p>
<p>Тема 2. Массовое общество и человек массы</p> <p>1. «Масса» как социологическое понятие.</p> <p>2. Становление и развитие массового общества, его характерные черты.</p> <p>3. Мыслители первой половины XX в. О «человеке массы» и причинах его появления.</p> <p>4. Критическая теория: интерпретация массовой коммуникации представителями Франкфуртской школы. Медиа и сфера публичного: Ю. Хабермас.</p> <p>5. Новые концепции массового общества.</p>	4	4		10	<p>Основная литература: 1-4</p> <p>Дополнительная литература: 1-3;</p>	<p>1.Изучение вопросов содержания темы;</p> <p>2.Конспектирование основной и дополнительной литературы по указанию преподавателя;</p> <p>3.Проработка конспекта лекций, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы, включая информационные</p>	<p>устный опрос, проверка конспектов научной и учебной литературы, доклад</p>

						образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.) И использование ресурсов интернет	
<p>Тема 3. Массовая культура и массовые коммуникации современного общества</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основы теории коммуникации.</li> <li>2. Виды коммуникативных систем.</li> <li>3. Этапы формирования массовой культуры.</li> <li>4. Способы измерения эффектов и эффективности коммуникации.</li> <li>5. Характерные черты массовой культуры. Общедоступность и тиражируемость. Коммерческий характер.</li> <li>6. Основные направления и жанры. Различия в оценках роли массовой культуры в общественном развитии.</li> </ol>	4	4		10	<p>Основная литература: 1-4</p> <p>Дополнительная литература: 1-3;</p>	<p>1. Изучение вопросов содержания темы;</p> <p>2. Конспектирование основной и дополнительной литературы по указанию преподавателя;</p> <p>3. Проработка конспекта лекций, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.) И использование ресурсов интернет</p>	<p>устный опрос, проверка конспектов научной и учебной литературы, доклад, эссе</p>
<p>Тема 4. Массовая культура в России</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зарождение массовой культуры в России.</li> <li>2. Отношение к феномену массовой культуры передовых русских мыслителей XIX начала XX в.</li> <li>3. Создание в СССР массового общества мобилизационного типа.</li> <li>4. Отличия советской массовой культуры от западной модели. Новые черты массовой культуры в советском обществе 60-80-х гг. XX в.</li> <li>5. Особенности массовой культуры в постсоветском обществе.</li> <li>6. Взаимосвязь традиционной и массовой культуры в современных условиях.</li> <li>7. «Промежуточная» культура, ее</li> </ol>	4	4		10	<p>Основная литература: 1-4</p> <p>Дополнительная литература: 1-3;</p>	<p>1. Изучение вопросов содержания темы;</p> <p>2. Конспектирование основной и дополнительной литературы по указанию преподавателя;</p> <p>3. Проработка конспекта лекций, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.) И использование ресурсов интернет</p>	<p>устный опрос, проверка конспектов научной и учебной литературы, доклад, контрольная работа</p>

отличия от массовой культуры.							
<p>Тема 5. Массмедиа .</p> <p>1. Средства массовой коммуникации как общественный институт. Функции СМИ.</p> <p>2. Место стереотипа, установки, влияния окружения, прошлого коммуникативного опыта в механизме осуществления коммуникаций.</p> <p>3. Влияние СМИ на сознание и поведение людей: различные оценки. Массовая культура и СМИ.</p> <p>4. Роль государства в регулировании деятельности СМИ. Особенности развития отечественных средств массовой информации.</p> <p>5. Социальные и технологические предпосылки перехода к «эре телевидения. Телевидение в системе СМИ.</p> <p>6. Информационное и развлекательное вещание. Особенности телевосприятия.</p> <p>7. Государственное, общественно-государственное и частное телевидение. Развитие телевидения в нашей стране.</p>	4	4		10	<p>Основная литература: 1-4</p> <p>Дополнительная литература: 1-3;</p>	<p>1.Изучение вопросов содержания темы;</p> <p>2.Конспектирование основной и дополнительной литературы по указанию преподавателя;</p> <p>3.Проработка конспекта лекций, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.) И использование ресурсов интернет</p>	<p>устный опрос, проверка конспектов научной и учебной литературы, доклад, эссе</p>
<p>Тема 6. Структурные элементы СМИ.</p> <p>Массовое искусство</p> <p>1. Понятие информации. Социально-демографические характеристики аудитории и ее характеристики сознания как фильтры восприятия содержания СМИ.</p> <p>2. Внимание, понимание, освоение и усвоение как основные стадии в процессе потребления информации.</p>	4	4		10	<p>Основная литература: 1-4</p> <p>Дополнительная литература: 1-3;</p>	<p>1.Изучение вопросов содержания темы;</p> <p>2.Конспектирование основной и дополнительной литературы по указанию преподавателя;</p> <p>3.Проработка конспекта лекций, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы, включая информационные</p>	<p>устный опрос, проверка конспектов научной и учебной литературы, доклад</p>

<p>3. Газеты, глянцевого журналы, телевидение, радио и кино как элементы массовой культуры.</p> <p>4. Особенности массовой литературы. Направления и жанры. Массовая литература в современном обществе, масштабы и характер влияния: различные оценки.</p> <p>5. Низкое» и «высокое» в массовом литературном потоке. Жанрово-тематические особенности, стилистическое своеобразие.</p> <p>6. Популярная музыка. Основные этапы в развитии музыкального искусства.</p> <p>7. Появление профессиональных создателей и исполнителей музыкальных произведений. Создание систем звукозаписи.</p> <p>8. Музыка для массовой аудитории. Жанры популярной музыки.</p> <p>9. Основные направления легкой музыки. Развитие популярной музыки в России. Музыка молодых.</p>						<p>образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.) И использование ресурсов интернет</p>	
<p>Тема 7. Социальность и медиа: сетевое общество</p> <p>1 Сетевой принцип социальной организации. Надгосударственный характер сетей. Проблематика локальных самоорганизующихся структур.</p> <p>2. Сообщества в Интернете. Горизонтальные связи, изменение иерархий, создание своих сообществ. Частное пространство в Интернете: личные страницы, форумы, Живой журнал.</p> <p>3. Проблематика свободы и контроля в массовой культуре.</p>	2	4		10	<p>Основная литература: 1-4 Дополнительная литература: 1-3;</p>	<p>1.Изучение вопросов содержания темы; 2.Конспектирование основной и дополнительной литературы по указанию преподавателя; 3.Проработка конспекта лекций, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.) И использование ресурсов интернет</p>	<p>устный опрос, проверка конспектов научной и учебной литературы, доклад</p>

<p>4. Проблема взаимодействия государственной власти и творцов культуры</p> <p>5. Рычаги государственного влияния на культуру. Модели государственного регулирования культуры.</p> <p>6. Негосударственная поддержка развития культуры. Спонсорство и меценатство</p>							
<p>Тема 8. Реклама в жизни современного общества. Влияние массовой культуры на развитие общества.</p> <p>1. Влияние на экономику; реклама как показатель глобализации рыночных процессов. Массовая культура и потребительское поведение.</p> <p>2. Реклама и массовая культура. Государственное регулирование деятельности средств массовой коммуникации.</p> <p>3. Массовая коммуникация в контексте глобализации.</p> <p>4. Проблема массовости культуры и коммуникации в контексте медиасферы современной техногенной цивилизации.</p> <p>5. Возрастание роли рекламы в современном мире. Реклама как компонент маркетинга.</p> <p>6. «Виртуальный мир» рекламы. Рекламные сообщения как мифологемы.</p> <p>7. Влияние рекламы на другие направления и формы массовой культуры. СМИ и реклама.</p> <p>8. Основные этапы процесса создания рекламы.</p>	2	4		10	<p>Основная литература: 1-4</p> <p>Дополнительная литература: 1-3;</p>	<p>1. Изучение вопросов содержания темы;</p> <p>2. Конспектирование основной и дополнительной литературы по указанию преподавателя;</p> <p>3. Проработка конспекта лекций, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.) И использование ресурсов интернет</p>	<p>устный опрос, проверка конспектов научной и учебной литературы, доклад, эссе</p>
<p>Тема 9. Утилитарный характер массовой</p>	2	6		10	<p>Основная литература:</p>	<p>1. Изучение вопросов содержания темы;</p>	<p>устный опрос, проверка</p>

<p>культуры</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отношение «человек – вещь». Утилитарность и эстетика вещи.</li> <li>2. Прикладное искусство и дизайн. Требования эргономики в дизайне.</li> <li>3. Разновидности дизайна: промышленный, графический, архитектурный, арт-дизайн. Стили в дизайне</li> <li>4. Особенности стиля модерн. Стил в постмодернизме. Русский конструктивизм</li> <li>5. Понятие «общество потребления». Культура потребления и потребление культуры.</li> <li>6. Типы потребительского поведения. Влияние культурных норм и стандартов на потребительское поведение.</li> <li>7. Символическое значение вещи. Сакральное и демонстративное поведение</li> <li>8. Общество потребления. Торговые фирмы – бренды.</li> </ol>				<p>1-4 Дополнительная литература: 1-3;</p>	<p>2.Конспектирование основной и дополнительной литературы по указанию преподавателя; 3.Проработка конспекта лекций, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.) И использование ресурсов интернет</p>	<p>конспектов научной и учебной литературы, доклад, тестирование.</p>
	30	38		86		