

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ
ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»

«Утверждаю»
Декан факультета
Истории и международных отношений
Хасанов Р.Х.
2023 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

КУЛЬТУРА МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Направление подготовки - 51.03.01 «Культурология»
Профиль подготовки – Культуроведение и социокультурные проекты
Форма подготовки – очная
Уровень подготовки – бакалавриат

ДУШАНБЕ - 2023

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 06.12.2017 г. №1177

При разработке учебной программы учитываются:

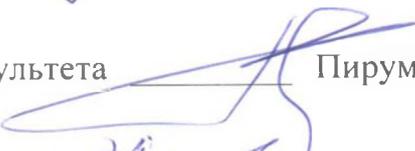
- требования работодателей, профессиональных стандартов по направлению;
- содержание программ дисциплин, изучаемых на предыдущих и последующих этапах обучения;
- новейшие достижения в данной предметной области.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры культурологии, протокол №1 от 28 августа 2023 г.

Рабочая программа утверждена УМС факультета Истории и международных отношений, протокол №1 от 31 августа 2023 г.

Рабочая программа утверждена Ученым советом факультета истории и международных отношений, протокол №1 от 31 августа 2023 г.

Заведующая кафедрой  Ладыгина О.В., д.филос.н., доцент

Зам. председателя УМС факультета  Пирумшоев М.Х., к.и.н., доцент

Разработчик:  Азизова С.А., ст. преподаватель

Разработчик от организации:  Рахимов С.Х.,
Заведующий отделом философии культуры/Института философии, политологии
права им. А. Баховаддинова НАНТ, д.филос.н.

Расписание занятий дисциплины

Ф.И.О. преподавателя	Аудиторные занятия		Приём СРС	Место работы преподавателя
	Лекция	Практические занятия (КСР, лаб.)		
Азизова С.А.	Вторник, 11:00-12:20, 412 ауд.	Вторник, 11:00-12:20, 412 ауд.	Вторник, 12:40 – 14:00, 407 каб.	РТСУ, кафедра культурологии, старый корпус, 407 каб.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель изучения дисциплины: «Культура массовых коммуникаций» является изучение студентами реального функционирования института СМК в современном социуме, методов междисциплинарного изучения этой деятельности, и, в связке с другими дисциплинами специализации в области культурологии, формирование системного комплекса знаний по данному направлению обучения.

1.2. Задачи изучения дисциплины:

- изучить основные представления о функционировании массовой коммуникации в обществе;
- получить комплекс знаний о существовании в современном обществе информационной индустрии как социального института;
- сформировать представления о массовых коммуникациях как социальном институте;
- дать понимание культурологического подхода к деятельности СМК, как системы, реально функционирующей в широком социальном контексте, включающим исторические модели организации СМК в национальных границах;
- изучить зависимости между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и деятельностью в сфере связей с общественностью;
- рассмотреть значение комплексных знаний об СМК в процессе принятия решения в сфере социально культурной деятельности и менеджмента культуры.

1.3. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные/ профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Таблица 1

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (индикаторы достижения компетенций)	Вид оценочного средства
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Знать: основы социальной и практической психологии, принципы взаимодействия в команде, специфику различных видов и типов социокультурного взаимодействия и коммуникации.	Коллоквиум, тест

		<p>УК-3.2. Уметь: определять свою роль в команде и выполнять обозначенные функции, согласовывать свои действия с другими участниками команды; координировать общую работу; принимать, обосновывать решения; планировать последовательность действий для достижения заданного результата.</p> <p>УК-3.3. Владеть: навыками планирования собственных действий и координации общих действий для достижения общих поставленных целей; навыками интерактивного взаимодействия и коммуникации; технологиями создания и управления командой</p>	<p>Круглый стол, доклад</p> <p>Доклад, собеседование</p>
ПК-1	Способен разрабатывать различные типы социокультурных проектов в области культурной политики, межкультурной коммуникации, международного культурного сотрудничества	<p>ПК-1.1. Знать: особенности проектов и программ в различных сферах социокультурной деятельности, связанных с сохранением и освоением культурного и природного наследия; социально-культурные программы в системе межкультурной коммуникации, международного культурного сотрудничества; технологию разработки проектов и программ, связанных социокультурными процессами и практиками, с сохранением и освоением культурного и природного наследия.</p> <p>ПК-1.2. Уметь: анализировать социально-культурный, экономический и политический контекст при подготовке социально-культурных программ в системе межкультурной коммуникации, международного культурного сотрудничества; применять профессиональные знания при проведении социально-культурных программ в системе межкультурной коммуникации, международного культурного сотрудничества; разрабатывать инновационные проекты и программы в разных сферах</p>	<p>Коллоквиум, тест</p> <p>Круглый стол, доклад</p>

		<p>социокультурной деятельности, связанных с сохранением и освоением культурного и природного наследия</p> <p>ПК-1.3.</p> <p>Владеть:</p> <p>навыками исследования социально-культурных, экономических и политических условий для определения вида и особенностей социально-культурной программы в системе межкультурных коммуникаций и международного сотрудничества; навыками организации социально-культурных программ в системе межкультурной коммуникации, международного культурного сотрудничества, навыками разработки проектов и программ, связанных с социокультурными процессами и практиками, с сохранением и освоением культурного и природного наследия</p>	<p>Доклад, собеседование</p>
--	--	---	------------------------------

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Цикл ОПОП, к которому относится данная дисциплина (модуль).

Дисциплина «Культура массовых коммуникаций» относится к базовой части учебного плана (Б1.О.31), и охватывает 7 семестр.

При освоении данной дисциплины необходимы умения и готовность («входные» знания) обучающегося по дисциплинам 1-5, указанных в Таблице 2. Дисциплины 4-8 относятся к группе «входных» знаний, вместе с тем определенная их часть изучается параллельно с данной дисциплиной («входные-параллельные» знания). Дисциплины 6-8 взаимосвязаны с данной дисциплиной, они изучаются параллельно. Теоретическими дисциплинами и практиками, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее являются: 8.

2.2.

Таблица 2.

№	Название дисциплины	Семестр	Место дисциплины в структуре ОПОП
1.	<i>История культуры</i>	3,4	<i>Б1.О.18</i>
2.	<i>Философия культуры</i>	4	<i>Б1.О.21</i>
3.	<i>Социология культуры</i>	4	<i>Б1.О.22</i>
4.	<i>Межкультурные коммуникации</i>	4	<i>Б1.О.24</i>
5.	<i>Теория культуры</i>	5	<i>Б1.О.26</i>
6.	<i>Массовая культура</i>	7	<i>Б1.О.29</i>
7.	<i>Визуальная культура</i>	7	<i>Б1.О.30</i>
8.	<i>Культурная политика</i>	7,8	<i>Б1.В.17</i>
9.	<i>Ознакомительная практика</i>	4	<i>Б2.О.01 (У)</i>

10.	Проектно-технологическая практика	6	Б2.О.02 (П)
-----	-----------------------------------	---	-------------

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСА, КРИТЕРИИ НАЧИСЛЕНИЯ БАЛЛОВ

Объём дисциплины составляет 2 зачетные единицы, всего 72 часа, из которых: лекции 14 час., практические занятия 12 час., лабораторные работы час., КСР 10 час., всего часов аудиторной нагрузки 36 час., в том числе всего часов в интерактивной форме 18 час., самостоятельная работа 36 час.

Зачёт – 7 семестр

3.1. Структура и содержание теоретической части курса (14 час.)

Тема 1. Феномен массовой коммуникации в культуре XX века. (2 час.)

Понятие массовой коммуникации. Экономические, политические, культурные и технологические факторы, определяющие роль и значение массовой коммуникации в современном мире. Актуальность изучения массовой коммуникации.

Тема 2. Основные методы исследований массовой коммуникации. (2 час.)

Общенаучные принципы изучения социальной коммуникации: исторический, структурный, функциональный, системный и др.

Тема 3. Жанры и их характеристика. (2 час.)

Сообщение, отчёт, выступление, интервью, репортаж, радиоотчёт, обзор печати. Аналитические жанры: корреспонденция, комментарий, обозрение, беседа, дискуссия, пресс-конференция, ток-шоу. Интервью, репортаж как средство СМИ. Сообщение, отчёт, выступление, интервью, репортаж, радиоотчёт, обзор печати.

Тема 4. Жанры художественной публицистики. (2 час.)

Жанры художественной публицистики: очерк, зарисовка, эссе. Сатирические жанры: фельетон, памфлет. Документальные жанры. Взаимопроникновение жанров. Жанры как составные части более сложных структурных конструкций. Интернет как специфическая структура в системе массовых коммуникаций.

Тема 5. Свобода печати и её сущность. (2 час.)

Свобода печати и её сущность. Четыре концепции свободы прессы. Цензура. Понятие плюрализма мнений. Роль массовой коммуникации в процессе формирования системы ценностных ориентиров. Проблема социальной ответственности журналистики. Журналистская этика как регулятор морально-нравственной ситуации в сфере массовой коммуникации. Пагубное влияние коммерциализированного характера современных СМИ. Распространение идеологии общества потребления при помощи современной массмедийной культуры.

Тема 6. Понятие информации. (2 час.)

Понятия информации. Классификация информации. Понятие социальной информации и информационной насыщенности сообщения. Атрибутивная и функциональная точки зрения на понимание сущности информации. Понятия энтропии и негэнтропии. Информация и эволюция.

Тема 7. Массовая коммуникация как социальное действие. (2 час.)

Коммуникация как социальное действие. Коммуникация как социальная реализация информации и умножение новости человеческого события. Коммуникативное действие и его эффективность. Особенности массовых коммуникаций как социального института, его задачи. Роль массовых коммуникаций в механизме обеспечения функционирования горизонтальных и вертикальных связей в социуме. Сущность, содержание, формы массовых коммуникаций. Массово-коммуникативная деятельность как форма социального контроля. Пресса и власть.

Типы средств массовых коммуникаций (гражданского общества, государственно-общественные, государственные, коммерческие). Этические нормы в массово-коммуникативной деятельности. Антисоциальные эффекты.

3.2. Структура и содержание практической части курса (12 час.)

Занятие 1. Феномен массовой коммуникации. (2 час.)

Предпосылки возникновения массовой коммуникации. Демократизация общества, всеобщая грамотность населения европейских стран, появление новых технических средств в сфере коммуникации. НТП и господство техники в человеческой жизни. Массовизация и глобализация культуры в XX столетии.

Занятие 2. Функция социальной интеграции и политического контроля. (2 час.)

Массовые коммуникации и развитие индустрии досуга современного человека. Массовые коммуникации как средство продвижения разнообразной культурной продукции.

Занятие 3. Основные этапы развития массовых коммуникаций. (2 час.)

Печать в системе СМИ, основные характеристики и способы воздействия на аудиторию. Радио, его особенности как средства массовой коммуникации. Телевидение в системе СМИ, отличительные характеристики, способы, формы и методы деятельности. Информационные агентства и службы связи с общественностью. Рекламные агентства. Социологические службы как структура, участвующая в обеспечении обратной связи с аудиторией.

Задание 4. Жанровые особенности телевидения и радио. (2 час.)

История становления телевидения в России и Таджикистане как искусства. Место и роль телевизионного вещания в системе СМИ.

Занятие 5. Массовые коммуникации и ценностные ориентации субъектов. (2 час.)

Массовые коммуникации как показатель ценностных ориентаций субъектов различных уровней и социальных сфер.

Задание 6. Роль масс-медиа в управлении сознанием. (2 час.)

Роль масс-медиа в управлении массовым сознанием. Имиджи, медиасобытия, псевдособытия и т.п. как инструменты медиамифологии и условия манипулирования массовым сознанием.

Средства массовой информации как инструмент международной политики.

3.3. Структура и содержание КСР. (10 час.)

Занятие 1. Печать в системе СМИ (2 час.)

Жанры художественной публицистики: очерк, зарисовка, эссе. Сатирические жанры: фельетон, памфлет. Документальные жанры.

Занятие 2. Аналитические жанры телевидения. (2 час.)

Место и роль телевизионного вещания в системе СМИ. Аналитические и информационные каналы, как средство формирования стереотипов мышления общества. Реклама и ее место на телевидении.

Занятие 3. Интернет как структура в системе СМИ. (2 час.)

Интернет в системе СМИ, отличительные характеристики, способы, формы и методы деятельности.

Занятие 4. Имидж и его роль в манипулировании массовым сознанием. (2 час.)

Роль масс-медиа в управлении массовым сознанием. Имиджи, медиасобытия, псевдособытия и т.п. как инструменты медиамифологии и условия

манипулирования массовым сознанием. Средства массовой информации как инструмент международной политики.

Занятие 5. Политическая реклама в СМИ. (2 час.)

Распространение идеологии общества потребления при помощи современной массмедийной культуры. Реклама в СМИ.

Таблица 3

№ п/п	Раздел Дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Литература	Кол-во баллов в неделю
		Лек.	Пр.	Лаб.	КСР	СРС		
7 СЕМЕСТР								
1	Тема 1. Феномен массовой коммуникации в культуре XX века. Понятие массовой коммуникации. Экономические, политические, культурные и технологические факторы, определяющие роль и значение массовой коммуникации в современном мире. Актуальность изучения массовой коммуникации.	2				2	1 (с.17-27) 2 (с.11-25) 3 (с.14-17)	11,5
2	Практическое занятие 1. Феномен массовой коммуникации. Предпосылки возникновения массовой коммуникации. Демократизация общества, всеобщая грамотность населения европейских стран, появление новых технических средств в сфере коммуникации. НТП и господство техники в человеческой жизни. Массовизация и глобализация культуры в XX столетии.		2			2	1 (с.40-52) 3 (с.37-49) 5 (с.52-68)	11,5
3	Тема 2. Основные методы исследований массовой коммуникации. Общенаучные принципы изучения социальной коммуникации: исторический, структурный, функциональный, системный и др.	2				2	2 (с.54-75) 3 (с.50-63) 7 (с.56-72)	11,5
4	Практическое занятие 2. Функция социальной интеграции и политического контроля. Массовые коммуникации и		2			2	5 (с.20-34) 8 (с.34-43)	11,5

	развитие индустрии досуга современного человека. Массовые коммуникации как средство продвижения разнообразной культурной продукции.							
5	КСР 1. Печать в системе СМИ. Жанры художественной публицистики: очерк, зарисовка, эссе. Сатирические жанры: фельетон, памфлет. Документальные жанры.				2	2	5 (с.94-97) 7 (с.87)	11,5
6	Практическое занятие 3. Основные этапы развития массовых коммуникаций. Печать в системе СМИ, основные характеристики и способы воздействия на аудиторию. Радио, его особенности как средства массовой коммуникации. Телевидение в системе СМИ, отличительные характеристики, способы, формы и методы деятельности. Информационные агентства и службы связи с общественностью. Рекламные агентства. Социологические службы как структура, участвующая в обеспечении обратной связи с аудиторией.		2			2	5 (с.100-107) 7 (с.97-99)	11,5
7	Тема 3. Жанры и их характеристика. Сообщение, отчёт, выступление, интервью, репортаж, радиоотчёт, обзор печати. Аналитические жанры: корреспонденция, комментарий, обозрение, беседа, дискуссия, пресс-конференция, ток-шоу. Интервью, репортаж как средство СМИ. Сообщение, отчёт, выступление, интервью, репортаж, радиоотчёт, обзор печати.	2					3 (с.57-69) 7 (с.59-79)	11,5
8	Тема 4. Жанры художественной публицистики. Жанры художественной публицистики: очерк, зарисовка, эссе. Сатирические жанры: фельетон, памфлет. Документальные жанры. Взаимопроникновение жанров. Жанры как составные части более сложных структурных	2					1 (с.78) 8 (с.56-68)	11,5

	конструкций. Интернет как специфическая структура в системе массовых коммуникаций.							
9	КСР 2. Аналитические жанры телевидения. Место и роль телевизионного вещания в системе СМИ. Аналитические и информационные каналы, как средство формирования стереотипов мышления общества. Реклама и ее место на телевидении.				2	2	3 (с.80-84) 6 (с.70-76)	8
10	Практическое занятие 4. Жанровые особенности телевидения и радио. История становления телевидения в России и Таджикистане как искусства. Место и роль телевизионного вещания в системе СМИ.		2			2	3 (с.78) 6 (с.60-66)	11,5
11	Тема 5. Свобода печати и её сущность. Четыре концепции свободы прессы. Цензура. Понятие плюрализма мнений. Роль массовой коммуникации в процессе формирования системы ценностных ориентиров. Проблема социальной ответственности журналистики. Журналистская этика как регулятор морально-нравственной ситуации в сфере массовой коммуникации. Пагубное влияние коммерциализированного характера современных СМИ. Распространение идеологии общества потребления при помощи современной массмедийной культуры.	2				2	1 (с.27-34) 3 (с.20-27) 5 (с.20-34) 8 (с.34-43)	11,5
12	КСР 3. Интернет как структура в системе СМИ. Интернет в системе СМИ, отличительные характеристики, способы, формы и методы деятельности.				2	2	2 (с.93) 5 (с.97-100)	11,5
13	Практическое занятие 5. Массовые коммуникации и ценностные ориентации субъектов. Массовые коммуникации как показатель ценностных ориентаций субъектов различных		2			2	1 (с.40-52) 3 (с.37-49) 5 (с.52-68)	11,5

	уровней и социальных сфер.							
14	Тема 6. Понятие информации. Понятия информации. Классификация информации. Понятие социальной информации и информационной насыщенности сообщения. Атрибутивная и функциональная точки зрения на понимание сущности информации. Понятия энтропии и негэнтропии. Информация и эволюция.	2				2	1 (с.63); (с.65-78)	11,5
15	КСР 4. Имидж и его роль в манипулировании массовым сознанием. Роль масс-медиа в управлении массовым сознанием. Имиджи, медиасобытия, псевдособытия и т.п. как инструменты медиамифологии и условия манипулирования массовым сознанием. Средства массовой информации как инструмент международной политики.				2	2	1 (с.82) 3 (с.90-93) 6 (с.67)	11,5
16	Тема 7. Массовая коммуникация как социальное действие. Коммуникация как социальное действие. Коммуникация как социальная реализация информации и умножение новости человеческого события. Коммуникативное действие и его эффективность. Особенности массовых коммуникаций как социального института, его задачи. Роль массовых коммуникаций в механизме обеспечения функционирования горизонтальных и вертикальных связей в социуме. Сущность, содержание, формы массовых коммуникаций. Массово-коммуникативная деятельность как форма социального контроля. Пресса и власть. Типы средств	2				2	2 (с.84); (с.86-90) 5 (с.95) 7 (с.81-94)	11,5

	массовых коммуникаций (гражданского общества, государственно-общественные, государственные, коммерческие). Этические нормы в массово-коммуникативной деятельности. Антисоциальные эффекты.							
17	Практическое занятие 6. Роль масс-медиа в управлении сознанием. Роль масс-медиа в управлении массовым сознанием. Имиджи, медиасобытия, псевдособытия и т.п. как инструменты медиамифологии и условия манипулирования массовым сознанием. Средства массовой информации как инструмент международной политики.		2			2	1 (с.77) 2 (с.93) 3 (с.67-70) 5 (с.97-100) 7 (с.89-93)	8
18	КСР 5. Политическая реклама в СМИ. Распространение идеологии общества потребления при помощи современной массмедийной культуры. Реклама в СМИ.				2		2 (с.84); (с.86-90) 5 (с.95) 7 (с.81-94)	
	ИТОГО: Лекц. – 14 Практ. – 12 КСР – 10 СРС – 36 ВСЕГО: 72							

** Лабораторные работы не предусмотрены.*

Формы контроля и критерии начисления баллов

Контроль усвоения студентом каждой темы осуществляется в рамках балльно-рейтинговой системы (БРС), включающей текущий, рубежный и итоговый контроль. Студенты **4 курса**, обучающиеся по кредитно-рейтинговой системе обучения, могут получить максимально возможное количество баллов - 200. Из них на текущий и рубежный контроль выделяется 200 баллов или 49% от общего количества.

На итоговый контроль знаний студентов выделяется 51% или 100 баллов. Из них 16 баллов администрацией могут быть представлены студенту за особые заслуги (призовые места в Олимпиадах, конкурсах, спортивных соревнованиях, выполнение специальных заданий, активное участие в общественной жизни университета).

Порядок выставления баллов: 1-й рейтинг (1-9 неделя по 11,5 баллов = 8 баллов административных, итого 100 баллов), 2-й рейтинг (10-18 неделя по 11,5 баллов = 8 баллов административных, итого 100 баллов), итоговый контроль 100 баллов.

К примеру, за текущий и 1-й рубежный контроль выставляется 100 баллов: лекционные занятия – 20 баллов, за практические занятия (КСР, лабораторные) – 32 балла, за СРС – 20 баллов, требования ВУЗа – 20 баллов, административные баллы – 8 баллов.

В случае пропуска студентом занятий по уважительной причине (при наличии подтверждающего документа) в период академической недели, деканат факультета обращается к проректору по учебной работе с представлением об отработке студентом баллов за пропущенные дни по каждой отдельной дисциплине с последующим внесением их в электронный журнал.

Итоговая форма контроля по дисциплине (зачет, зачет с оценкой, экзамен) проводится как в форме тестирования, так и в традиционной (устной) форме. Тестовая форма итогового контроля по дисциплине предусматривает: для естественнонаучных направлений – 10 тестовых вопросов на одного студента, где правильный ответ оценивается в 10 баллов, для гуманитарных направлений/специальности – 25 тестовых вопросов, где правильный ответ оценивается в 4 балла. Тестирование проводится в электронном виде, устный экзамен на бумажном носителе с выставлением оценки в ведомости по аналогичной системе с тестированием.

Таблица 4.

Неделя	Активное участие на лекционных занятиях, написание конспекта и выполнение других видов работ*	Активное участие на практических занятиях, КСР	СРС Написание реферата, доклада, эссе Выполнение других видов работ	Выполнение положения высшей школы (установленная форма одежды, наличие рабочей папки, а также других пунктов устава высшей школы)	Административный балл за примерное поведение	Всего
1	2	3	4	5	6	7
1	2,5	4	2,5	2,5	-	11,5
2	2,5	4	2,5	2,5	-	11,5
3	2,5	4	2,5	2,5	-	11,5
4	2,5	4	2,5	2,5	-	11,5
5	2,5	4	2,5	2,5	-	11,5
6	2,5	4	2,5	2,5	-	11,5
7	2,5	4	2,5	2,5	-	11,5
8	2,5	4	2,5	2,5	-	11,5
9					8	8
Первый рейтинг	20	32	20	20	8	100

Формула вычисления результатов дистанционного контроля и итоговой формы контроля по дисциплине за семестр для студентов 4-х курсов:

$$ИБ = \left[\frac{(P_1 + P_2)}{2} \right] \cdot 0,49 + Эи \cdot 0,51$$

, где ИБ – итоговый балл, P_1 - итоги первого рейтинга, P_2 - итоги второго рейтинга, Эи – результаты итоговой формы контроля (зачет, зачет с оценкой, экзамен).

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Культура массовых коммуникаций» включает в себя:

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

4.1. План-график выполнения самостоятельной работы

№ п/п	Объем самостоятельной работы в часах	Тема самостоятельной работы	Форма и вид самостоятельной работы	Форма контроля
7 СЕМЕСТР				
1	2	Типологии современных средств массовых коммуникаций	Роль и значение массовой коммуникации в современном мире	Круглый стол
2	2	Феномен массовой коммуникации	Составление вопросов по теме	коллоквиум
3	2	Основные методы исследований массовой коммуникации	Сбор информации о функционировании массовой коммуникации (социологический метод)	Творческое задание
4	2	Структурные элементы системы массовой коммуникации	Основные этапы развития массовых коммуникаций	Собеседование
5	2	Жанры и их характеристика	Вопросы к ток-шоу	Коллоквиум
	2	Жанры художественной публицистики	Вопросы к пресс-конференции	Коллоквиум
7	4	Жанровые особенности телевидения и радио	Рекламные агентства и их место в массовой коммуникации	Эссе
8	2	Телевидение в системе СМИ и отличительные характеристики	Информационные каналы и их место в системе СМИ	Коллоквиум
9	2	Аналитические жанры телевидения	Аналитические жанры Таджикского ТВ	Собеседование
10	2	Печать в системе СМИ	Печатные органы	Собеседование

			Таджикистана	
11	2	Свобода печати и её сущность	Ценностные ориентации субъектов разных социальных сфер	Эссе
12	2	Цензура и плюрализм мнений	Понятие «свобода печати	Эссе
13	2	Понятие четвертой власти	Пресса и власть	Эссе
14	2	Массовая коммуникация как социальное действие	Понятие «четвертая власть», вопросы	Коллоквиум
15	2	Массовая коммуникация и глобализация	Массовая коммуникация в контексте глобализации	Круглый стол
16	2	Роль масс-медиа в управлении сознанием	Управление сознанием, обзор телевидения на примере русского ТВ	Эссе
17	2	Информационный плюрализм	Разработка рефератов по выбранной теме	Доклад
ИТОГО: 36 час.				

4.2. Самостоятельная работа студентов по дисциплине предполагает выполнение письменных работ в виде докладов, рефератов в контексте тематики курса.

Методические рекомендации по написанию рефератов, интеллектуальных карт, эссе, составлению конспектов, рецензий содержатся в учебно-методических пособиях:

- Саидова Т.К. Методические рекомендации по выполнению реферативной, курсовой и выпускной квалификационной работы (для студентов факультета истории и международных отношений). – Душанбе, 2014. – 54 с.

4.3. Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы:

- полное и глубокое освещение вопросов;
- самостоятельность и аргументированность изложения;
- грамотность, правильное и аккуратное оформление;
- своевременность сдачи работы.

4.4. Критерии оценивания

Самостоятельная работа прививает студентам навыки работы с источниками и учебной литературой, помогает повысить уровень знаний по предмету, а также самостоятельно анализировать исторические события, выразить и обосновать свою точку зрения по проблемам исторического прошлого, ставить и решать вопросы исследовательского характера.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если задание полностью выполнено, представлены наглядные пособия, составлены схемы и хронологические таблицы.

Оценка «хорошо» - если задание выполнено, и в целом отвечает предъявляемым требованиям, имеются отдельные замечания в оформлении конспектов.

Оценка «удовлетворительно» – если задание выполнено не до конца, имеются замечания в оформлении рефератов, конспектов, имеются ошибки в составлении хронологических таблиц.

Оценка «неудовлетворительно» - если не выполнены задания, не имеются конспекты, схемы, хронологические таблицы.

5. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература *(электронные и печатные издания)*

1. Голуб, О.Ю. Теория коммуникации: учебник/О.Ю. Голуб, С.В. Тихонова, М.: Дашков и К, 2016. - 338 с.
2. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации: учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492735>
3. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. Учебное пособие / Г.П. Бакулев. - М.: Аспект пресс, 2016. - 176 с.
4. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество / М.М. Назаров. - М.: Аванти плюс, 2016. - 432 с.

5.2. Дополнительная литература *(печатные и электронные издания)*

5. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. М., 1991. – 170 с.
6. Боров В.Ю., Коваленко А.В. Культура и массовая коммуникация. М., 1998. – 320 с.
7. Гуревич П.С. приключения имиджа: типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. М., 1991. – 254.с.
8. Массовая культура: учебное пособие для вузов. М., 2004. – 377 с.
9. Методы исследования средств массовой коммуникации. М., 1997. – 277 с.
10. Михалкович В.И. О сущности телевидения. М., 1997. – 199 с.
11. Музыкант В.Л. Реклама: международный опыт и российские традиции. М., 1996. – 278 с.
12. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 2000. – 190 с.
13. Паблик рилейшнз. Связи с общественностью в сфере бизнеса. М., 1998. – 283 с.
14. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. М., 1998. – 320 с.
15. Самарцев О.Р. Феномены глобальной коммуникации. Тенденции современного телевидения. М., 1998. – 292 с.
16. Сапунов Б.М. Философские проблемы массовой информации и телерадиокоммуникации. М., 1998. – 234 с.
17. Федотова Л.А. Контент-аналитические исследования СМИ и пропаганды. М., 1998. – 230 с.

5.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

1. Электронно-библиотечная система e-lanbooks.com.
2. <http://www.countries.ru/library.html>
3. <http://www.ido.rudn.ru/ffec/cult-index.html>
4. <http://ortlib.narod.ru/cult00.htm>
5. <http://artclassic.edu.ru/>

5.4 Перечень информационных технологий и программного обеспечения

При проведении лекций и практических занятий используются мультимедийные презентации с использованием программы PowerPoint

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта к содержанию и уровню подготовки культуролога дисциплина предусматривает знание студентами общих принципов, методов и направлений социальной культурологии и адресована обучающимся по направлению «культурология». В связи с этим студентам следует иметь в виду, что данная дисциплина призвана актуализировать знания, полученные ими в ходе изучения курсов: «Социология», «Теория культуры», «Менеджмент культуры», «История культуры», с целью развития навыков использования этих теоретических знаний для изучения актуальных явлений современной социокультурной реальности. Кроме того, они должны учитывать, что дисциплина относится к циклу гуманитарных, социальных, дисциплины ОПОП и ее в этом контексте следует рассматривать как динамичный процесс порождения, трансляции смыслов всего гуманитарного цикла.

Дисциплина «Культура массовых коммуникаций» предусматривает изучение закономерностей, форм, процессов функционирования массовых коммуникаций, которые рассматриваются не только в их современном состоянии, но и в развернутом историческом развитии массовой культуры, в рамках которой особое место отводится механизмам массовой культурной коммуникации. Исходя из этого студенты должны рассматривать данный курс в контексте феноменов массовой культуры и коммуникаций. Ибо в нем представлены различные подходы к изучению артефактов культуры массовых коммуникаций, выявлены их информационные характеристики.

Необходимый уровень качества подготовки культуролога является системообразующим в динамической системе учебного процесса и предполагает логическую последовательность в изучении дисциплины. При изучении курса необходимо принимать во внимание межпредметную связь данной дисциплины с предметами как: «аудиовизуальная культура», «история кино», «массовая культура», «социология культуры».

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Культура массовых коммуникаций» предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий с необходимыми техническими средствами (компьютер, проектор, доска). (415 аудитория, старый корпус).

В Университете созданы специальные условия обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь,

проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организаций и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, а также обеспечивается:

- наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети «Интернет» для слабовидящих;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проёмов, лифтов).

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Промежуточная аттестация – промежуточный контроль (ПК-1, ПК-2) проводится в форме тестирования.

Итоговая аттестация проводится в форме зачёта.

Итоговая система оценок по кредитно-рейтинговой системе с использованием буквенных символов

Оценка по буквенной системе	Диапазон соответствующих наборных баллов	Численное выражение оценочного балла	Оценка по традиционной системе
A	10	95-100	Отлично
A-	9	90-94	
B+	8	85-89	Хорошо
B	7	80-84	
B-	6	75-79	
C+	5	70-74	Удовлетворительно
C	4	65-69	
C-	3	60-64	
D+	2	55-59	
D	1	50-54	
Fx	0	45-49	Неудовлетворительно
F	0	0-44	

Содержание текущего контроля, промежуточной аттестации, итогового контроля раскрываются в фонде оценочных средств, предназначенных для проверки

*соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС ВО
ФОС по дисциплине является логическим продолжением рабочей программы
учебной дисциплины. ФОС по дисциплине прилагается.*