

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Социологический факультет
Магистерская программа «Коммуникативное пространство современного мегаполиса»

УТВЕРЖДАЮ
(декан)
_____/Н.Г. Осипова/
« ____ » _____ 2022 г.

Рабочая программа дисциплины
«КОММУНИКАТИВИСТИКА МЕДИАТИЗИРОВАННОГО ОБЩЕСТВА»
«COMMUNICATION STUDIES OF A MEDIATED SOCIETY»

Уровень высшего образования:
Магистратура

Направление подготовки (специальность):

39.04.01 СОЦИОЛОГИЯ

Направленность (профиль) ОПОП:

«Коммуникативное пространство современного мегаполиса»

Форма обучения:

Очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
на заседании Учёного Совета факультета
(протокол № 3 от 17 марта 2022 г.)

Москва 2022

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 39.04.01 Социология (уровень магистратуры) в редакции приказа МГУ от 11 сентября 2019 года № 1109.

Год приёма на обучение: 2022.

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО: относится к профессиональному циклу вариативной части, 2 семестр.

2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия: освоение дисциплин: «Методология и история науки», «Современные социологические теории и школы», «Теоретические подходы к конструированию социологического исследования», «Методология и методы научной работы в социологии».

3. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесённые с требуемыми компетенциями выпускников

Компетенции выпускников (коды)	Индикаторы (показатели) достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), сопряженные с компетенциями
ОПК 1 Способен обоснованно отбирать и использовать современные информационно-коммуникационные технологии для решения профессиональных задач	ОПК-1.2. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для решения профессиональных задач	<p>Знать: современные информационно-коммуникационные технологии в сфере профессиональной деятельности</p> <p>Знать: возможности и ограничения применения современных информационно-коммуникационных технологий при решении профессиональных задач</p>
ПК-3 Способен интерпретировать социальную, экономическую, демографическую и другую релевантную информацию, а также результаты, полученные в ходе собственного социологического исследования в соответствии с выбранным концептуальным подходом	ПК-3.2. Применение результатов анализа и интерпретации данных социологического исследования для формулирования предложений и рекомендаций	<p>ЗНАТЬ: Основные тенденции и проблемы развития коммуникативного пространства современного мегаполиса</p> <p>УМЕТЬ: проводить социокультурный анализ коммуникативных практик для исследования современного мегаполиса</p> <p>УМЕТЬ: осуществлять критический анализ программ, стратегий, нормативных правовых актов, методических материалов, управленческих решений в политике, экономике, социальной сфере с опорой на социогуманитарное знание</p> <p>УМЕТЬ: разрабатывать системы критериев, показателей, норм в соответствии с целью социологической экспертизы</p> <p>Уметь: использовать результаты анализа и интерпретации данных социологического исследования для формулирования</p>

		управленческих предложений и задач
СПК-3: способность осуществлять стратегическое планирование развития городского коммуникативного пространства на основе теоретического анализа и комплексной диагностики социокультурных процессов в современном мегаполисе	Индикатор СПК-3.1. способен осуществлять стратегическое планирование развития городского коммуникативного пространства на основе теоретического анализа и комплексной диагностики социокультурных процессов в современном мегаполисе	Уметь: осуществлять стратегическое планирование развития коммуникативного пространства современного мегаполиса УМЕТЬ: Оценивать риски внедрения проектов и программ и разрабатывать рекомендации по их снижению

4. Формат обучения: очная.

5. Объём дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 часов), в том числе 32 академических часа, отведённых на контактную работу обучающихся с преподавателем (16 часов занятия лекционного типа, 16 часов занятия семинарского типа), 76 академических часов на самостоятельную работу обучающихся

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведённого на них количества академических часов и виды учебных занятий:

Наименование и краткое содержание разделов и дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе			Самостоятельная работа обучающегося, часы	Форма текущего контроля успеваемости
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы				
		Занятия лекционного типа*	Занятия семинарского типа*	Всего		
Тема 1. Коммуникативистика медиатизированного общества:	13	2	2	4	9	устный опрос, доклад, дискуссия, практические

основные категории						индивидуальные задания, контрольные вопросы
Тема 2. Историческая динамика информационно-коммуникационных технологий и её социальное влияние	13	2	2	4	9	устный опрос, групповой проект, контрольные вопросы
Тема 3. Классические школы исследований медиакоммуникации и современные направления теоретико-концептуального осмысления медиа и общества	13	2	2	4	9	устный опрос, реферат, дискуссия, практические индивидуальные задания, контрольные вопросы
Тема 4. Современные тенденции медиапотребления	13	2	2	4	9	устный опрос, эссе, групповой проект, практические индивидуальные задания, контрольные вопросы
Тема 5. Социальная специфика современного медиаконтента	14	2	2	4	10	устный опрос, доклад, групповой проект, практические индивидуальные задания, контрольные вопросы
Тема 6. Медиаметрия	14	2	2	4	10	устный опрос, практические индивидуальные задания, контрольные вопросы, контрольная работа
Тема 7. Медийный город	14	2	2	4	10	устный опрос, групповой проект, практические индивидуальные задания, контрольные вопросы
Тема 8. Информационная грамотность	14	2	2	4	10	устный опрос, дискуссия, практические индивидуальные задания,

						контрольные вопросы
Промежуточная аттестация (зачёт)						
Итого	108		32		76	

Тема 1. Коммуникативистика медиатизированного общества: основные категории

Информация и коммуникация: актуализация понятий в информационном обществе. Типы социальной коммуникации. Массовая коммуникация. Современные изменения в типологии коммуникации. Моделирование коммуникации. Медиа: понятие, типы, социальные функции. Медиатизация современного общества как надделение базовых элементов социальной и культурной реальности медиалогикой и медиаформой. Научное изучение медиасреды: медиасоциология, медиаэкономика, медиapsихология, медиафилософия, коммуникология, медиаэтика.

Тема 2. Историческая динамика информационно-коммуникационных технологий и ее социальное влияние

Понятие информационно-коммуникационных технологий. Социальные изменения как следствие развития информационно-коммуникационных технологий. Дигитализация как новая информационно-коммуникационная платформа эволюции медиа и общества. Социология Интернета. Коммуникативное пространство Интернета. Web 3.0. Виртуализация реальности, ее социальные и психологические последствия. Дополненная реальность. Конструирование социальной реальности. Новые медиа. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа.

Тема 3. Классические школы исследований медиакоммуникации и современные направления теоретико-концептуального осмысления медиа и общества

Научные центры исследований медиа в Соединенных Штатах Америки, Канаде, Европе, России. Специфика их предметной направленности. Теория медиа. Теория компьютерно-опосредованной коммуникации. Теория новых медиа. Концепция цифрового неравенства. Цифровой нoмадизм. Современные медиаконцепции технологического детерминизма. Технологическая сингулярность. Средства массовой информации, государство и гражданское общество.

Тема 4. Современные тенденции медиапотребления

Понятие медиапотребления. Медиакорпорации в условиях глобализации. Основные тенденции в медиасистемах большинства стран и их отражение в социальных практиках медиапотребления. Конвергенция медиа. Современные черты практик медиапотребления

различных социальных групп. Мобильное общество. Трансформация социальных практик использования традиционных медиа. Человеко-машинное коммуникативное взаимодействие. Цифровое кочевничество. Массовая самокоммуникация как явление XXI века.

Тема 5. Социальная специфика современного медиаконтента

Специфика СМК как агента социализации. Функции СМК как социального института. Специфика современной массовой информации. Потенциал воздействия медиакommunikации на индивидуальное и общественное сознание: основные теории и концепции. Коммуникативный дискурс общества потребления. Проблема медианасилия. Социально-гуманитарные исследования эффектов медиа. Общественное мнение и СМК. Особенности информационного воздействия конкретных медиа. Медиаперсоны. СМК-власть-общество. Медиакратия.

Тема 6. Медиаметрия

Медиаметрия и аудиториометрия. Методы исследования структурных элементов медиакommunikации. Специфика исследований аудитории телевидения, радио, прессы, Интернета. Медиапланирование.

Тема 7. Медийный город

Коммуникативное пространство современного города. Понятие медиагорода. Коммуникативная специфика медиаполиса. Предметные области и параметры исследования медиагорода. Современная литература по научным исследованиям медийного города.

Тема 8. Информационная грамотность

Медиаграмотность и медиаобразование. Понятие информационной грамотности. Основные составляющие информационной грамотности. Соотношение понятий «информационная грамотность», «медиаграмотность», «медиакультура». Базовые элементы медиаграмотности современного человека. Гаджетизация повседневности. Исследования информационной и медиаграмотности в России и за рубежом. Прикладные исследования информационной и медиаграмотности.

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости.

Контрольные вопросы:

1. Как понятия «информация» и «коммуникация» актуализируются в информационном обществе?
2. Раскройте понятие, типы и социальные функции медиа.

3. Раскройте суть явления медиатизации современного общества.
4. Как в условиях медиатизации трансформируются современные социальные институты?
5. Назовите социально-гуманитарные науки, исследующие медиасреду.
6. Раскройте понятие информационно-коммуникационных технологий.
7. Какие социальные изменения являются следствием развития информационно-коммуникационных технологий?
8. Почему дигитализация считается новой информационно-коммуникационной платформой эволюции медиа и общества?
9. В чем заключается социально-коммуникативная специфика новых медиа?
10. Опишите сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа.
11. Назовите научные центры исследований медиа в Соединенных Штатах Америки, Канаде, Европе, России и специфику их предметной направленности.
12. В чем заключается новизна теории медиа?
13. Назовите основные предметные области теории компьютерно-опосредованной коммуникации.
14. Укажите процессы, сопряженные с теориями новых медиа.
15. Приведите аргументацию по концепции цифрового неравенства.
16. Назовите современные медиаконцепции технологического детерминизма, представленные в социально-гуманитарных науках.
17. Раскройте понятие медиапотребления.
18. Каковы основные тенденции функционирования медиакорпораций в условиях глобализации?
19. Укажите различия современных практик медиапотребления конкретных социальных групп.
20. Назовите основные тенденции в медиасистемах большинства стран.
21. Охарактеризуйте массовую самокоммуникацию как явление XXI века.
22. Определите социально-коммуникативную основу цифрового кочевничества.
23. В чем специфика СМК как агента социализации?
24. Опишите и проиллюстрируйте функции СМК как социального института.
25. Укажите специфику современной массовой информации.
26. Охарактеризуйте потенциал воздействия медиакоммуникации на индивидуальное и общественное сознание.
27. Социально-гуманитарные исследования эффектов медиа.
28. Каково соотношение понятий «медиаметрия» и «аудиториометрия»?
29. Какими методами исследуются структурные элементы медиакоммуникации?
30. Опишите историю теоретических взглядов на степень воздействия массовой коммуникации на общественное и индивидуальное сознание.
31. Раскройте специфику исследований аудитории телевидения, радио, прессы, Интернета.
32. Назовите структурные элементы медиапланирования.
33. Укажите составляющие элементы коммуникативного пространства современного города.

34. Медиагород: понятие, предметные области и параметры исследования.
35. Современная литература по научным исследованиям медийного города.
36. Информационная грамотность: понятие, основные составляющие.
37. Раскройте соотношение понятий «информационная грамотность», «медиаграмотность», «медиакультура». Назовите базовые элементы медиаграмотности современного человека.
38. Исследования информационной и медиаграмотности в России и за рубежом.
39. Назовите направления социологической экспертизы коммуникативного пространства города.
40. Укажите возможности методов проведения социологической экспертизы коммуникативного пространства города.

Темы групповых проектов:

1. Медиаполис как актуальное научное понятие. Язык медийного города.
2. Мобильное общество. Мобилография. Селфизм.
3. Социально-коммуникативные практики, генерируемые медиатизацией общества.
4. Человеко-машинное коммуникативное взаимодействие.
5. Сетевая коммуникация и сетевые сообщества: социальные тенденции развития.
6. Видеоигры как современный канал коммуникации.
7. Музыка в современном городе.

Рефераты и эссе:

1. Теории и концепции воздействия медиа на индивидуальное и общественное сознание.
2. Современные социально-гуманитарные исследования эффектов медиа.

Доклады:

1. Медиатизация социальных институтов.
2. Образование в медиатизированном обществе.
3. Медиакратия в современном мире. СМК и власть. Нетократия.

Дискуссии:

1. Типология современных медиа. Гаджетизация повседневности.
2. Экологические аспекты коммуникации в мегаполисе.
3. Методы проведения социологической экспертизы.

4. Планирование коммуникативного пространства города.

Практические индивидуальные задания:

1. Составьте сценарий (гайд) проведения фокус-группового исследования по теме «Медиаграмотность современного человека».
2. Сравните концептуальные взгляды Н.Лумана и М.Маклюэна на сущность и функционирование медиа в обществе.
3. На основе материалов конкретных Интернет-ресурсов (<http://www.socio.msu.ru/index.php/%D0%B1%D0%B8%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA%D0%B0>) составьте обзор научной литературы по тематике коммуникативистики медиатизированного общества.
4. Разработайте программу эмпирического исследования по теме «Каналы коммуникации в современном мегаполисе».
5. Используя Интернет-ресурсы, подготовьте список диссертаций, отражающих тематику коммуникации в медиатизированном обществе, защищенных в России за последние пять лет. Систематизируйте список по предмету исследования, по соответствующим наукам, по региону и т.п.
6. Напишите рецензию на статью: *Волков Ю.Г. Социологическая диагностика и социологическая экспертиза: становление социологии для общества // Научная мысль Кавказа 2016. №4. С. 61-65. <https://cyberleninka.ru/article/n/17773579>.*
7. Самостоятельно составьте условия задач по определению любых трех параметров из области медиапланирования.
8. Разработайте промежуточный аттестационный тест из 20 вопросов по пройденному материалу. Укажите верный ответ на каждый вопрос.
9. Разработайте план коммуникативного сопровождения реализации конкретного градостроительного проекта.
10. Проведите анализ официального сайта «Социальная экспертиза» Улан-Удэ <http://socexpert03.ru/>
11. Используя кейс-метод, проведите анализ планирования коммуникативного пространства в Москве. Предложите рекомендации по его улучшению.
12. В текстах традиционных и новых медиа выявите проблемную ситуацию городского коммуникативного пространства, предложите методы ее исследования и пути решения.

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.

Вопросы для подготовки к зачёту:

1. Понятие информации и коммуникации, их актуализация в условиях информационного общества.
2. Осмысление понятия «медиа» в трудах социологов и коммуникологов.
3. Социальные функции медиа.
4. Медиатизация современного общества.
5. Трансформация современных социальных институтов под влиянием института медиа.
6. Социально-гуманитарные науки, исследующие медиасреду.
7. Понятие информационно-коммуникационных технологий.

8. История развития информационно-коммуникационных технологий.
9. Социальные изменения как следствие развития информационно-коммуникационных технологий.
10. Дигитализация как новая информационно-коммуникационная платформа эволюции медиа и общества.
11. Социально-коммуникативная специфика новых медиа.
12. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа.
13. Научные центры исследований медиакommunikации в Соединенных Штатах Америки.
14. Исследования медиакommunikации в Канаде, специфика их предметной направленности.
15. Научные центры исследований медиакommunikации в Европе.
16. Исследования медиакommunikации в России.
17. Теория медиа.
18. Теория компьютерно-опосредованной коммуникации.
19. Теория новых медиа.
20. Концепция цифрового неравенства.
21. Современные медиаконцепции технологического детерминизма.
22. Понятие медиапотребления.
23. Медиакорпорации в условиях глобализации.
24. Основные тенденции в медиасистемах большинства стран и их отражение в социальных практиках медиапотребления.
25. Конвергенция медиа.
26. Динамика практик медиапотребления различных социальных групп.
27. Трансформация социальных практик использования традиционных медиа.
28. Массовая самокоммуникация как явление в обществе XXI века.
29. Цифровое кочевничество: теоретическое осмысление, социальные практики.
30. Специфика СМК как агента социализации.
31. Функции СМК как социального института.
32. Дисфункции СМК в современном обществе.
33. Специфика современной массовой информации.
34. Потенциал воздействия медиакommunikации на индивидуальное и общественное сознание.
35. Социально-гуманитарные исследования эффектов медиа.
36. Медиаметрия и аудиториометрия: соотношение понятий.
37. Методы исследования структурных элементов медиакommunikации.
38. Специфика исследований аудитории телевидения.
39. Специфика исследований аудитории радио.
40. Специфика исследований аудитории прессы.
41. Специфика исследований аудитории Интернета.

42. Медиапланирование.
43. Коммуникативное пространство современного города.
44. Медиагород: понятие, предметные области и параметры исследования.
45. Современная литература по научным исследованиям медийного города.
46. Информационная грамотность: понятие, основные составляющие. Соотношение понятий «информационная грамотность», «медиаграмотность», «медиакультура».
47. Базовые элементы медиаграмотности современного человека. Медиаобразование в современном обществе.
48. Исследования информационной и медиаграмотности в России и за рубежом.
49. Социальная диагностика и социологическая экспертиза.
50. Методы проведения социологической экспертизы коммуникативного пространства города.

Критерии оценки ответов на зачёте:

Зачтено	Ответ логически выстроен и излагается на хорошем научном языке. Студент хорошо владеет необходимыми источниками и литературой, хорошо ориентируется в них, использует при ответе специализированную лексику, даёт хорошие ответы на основной и дополнительные вопросы.
Не зачтено	В ответе полностью отсутствует явная логика. Студент не владеет в полной мере даже основными источниками, не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную лексику, даёт неудовлетворительные ответы на дополнительные и основные вопросы.

8. Ресурсное обеспечение:

8.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Больц Н. Албука медиа. / Пер. с нем. Л.Ионин, А.Черных. - М.: Европа, 2011. – 136 с. <http://en.bookfi.net/book/1405627>
2. Кастельс М. Власть коммуникации: учеб. пособие / М. Кастельс; пер. с англ. Н. М. Тылевич; под науч. ред. А. И. Черных; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. — 564 с. <https://yadi.sk/d/UC0SzNik3Mj7qk>
3. Коломиец В. П. Социология массовой коммуникации в обществе коммуникационного изобилия // Социологические исследования. 2017. № 6. С. 3-14. https://www.isras.ru/index.php?page_id=2624&jid=6721&jn=socis
4. Конечкая В.П. Социология коммуникации / В.П. Конечкая. - М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с. http://polbu.ru/konetskaya_commsociology
5. Медиасистема России: учебное пособие / под ред. Е.Л. Вартановой - Москва: Аспект Пресс, 2015. – 384 с.
6. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М.М. Назаров. — М.: Либроком, 2014. — 354 с.

7. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. — СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2002 г. — 461 с.
<http://socioline.ru/pages/av-sokolov-obschaya-teoriya-sotsialnoj-kommunikatsii>

б) дополнительная литература:

1. Адамьянц Т.З. Социальные смыслы глобальных процессов и перемен: механизмы и катализаторы [монография] [Электронный ресурс] / Т.З. Адамьянц; Институт социологии РАН. - М.: Институт социологии РАН, 2017. – 69 с. // Официальный портал ИС РАН [веб-сайт]. <http://www.isras.ru/publ.html?id=5020>.
2. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Изд. 3-е, испр. и допол. – М.: Аспект-Пресс, 2016. <https://freedocs.xyz/pdf-444284239>
3. Волков Ю.Г. Социологическая диагностика и социологическая экспертиза: становление социологии для общества // Научная мысль Кавказа 2016. №4. С. 61-65. <https://cyberleninka.ru/article/n/17773579>
4. Добринская Д.Е., Мартыненко Т.С. Возможно ли цифровое равенство? (о книге Я. ван Дейка Цифровой разрыв) // Социологические исследования. 2020. № 10. С. 158–164.
5. Евдокимов В.А. Массмедиа в социокультурном пространстве: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2014. <http://znanium.com/catalog/product/415337>
6. Кин Дж. Демократия и декаданс медиа / пер. с англ. Д. Кралечкина; под науч. ред. А. Смирнова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. <https://topreading.ru/book-212224-dzhon-kin-demokratiya-i-dekadans-media>
7. Коммуникативное пространство современного мегаполиса: диалог программ / Науч. ред. А.К. Мамедов, И.Н. Чудновская. М.: МАКС Пресс, 2019. <http://www.socio.msu.ru/documents/sbornikkonf20191120.pdf>
8. Коммуникативный капитал цифровой эпохи / Ред. И.Н. Чудновская. - М.: МАКС Пресс, 2021. <http://socio.msu.ru/documents/kommunikativkapital.pdf>
9. Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию / Пер. с англ. И. Полонской; под ред. С. Гавриленко; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. – 384 с. https://royallib.com/book/latour_bruno/peresborka_sotsialnogo_vvedenie_v_aktornosetevuyu_teoriyu.html
10. Личность и медиа: сб. статей Факультета журналистики МГГУ им. М.А. Шолохова /составители Т.Н. Владимирова, И.В. Жилавская. М.: Редакционно-издательский центр (РИЦ), 2011. <http://window.edu.ru/resource/109/77109>
11. Латыпов И.А., Соколова О.П., Обидина Е.Ю., Гуляшинов А.Н., Карманчиков А.И., Колясев В.Л. Проблема трансформации социальных коммуникаций в современной цивилизации: монография. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2014. – 256 с. https://docviewer.yandex.ru/view/42552261/?page=254&*=kyNQMsEmjvLFVZ1zWPF621kDRh97InVybCI6Imh0dHA6Ly9lbGlicmFyeS51ZHN1LnJlL3htbHVpL2JpdHN0cmVhbS9oYW5kbGUvMTIzNDU2Nzg5LzExODkxLzIwMTQyMDQucGRmIiwidG10bGUiOiIyMDE0MjA0LnBkZiIsIm5vaWZyYW11Ijp0cnVILCJ1aWQiOiI0MjU1MjI2MSIsInRzIjoxNTczMzMSOTQ2MTQ5LCJ5dSI6Ijg0MTQ2OTA5MDE1NzI2MzQxNjkiLCJzZXJwUGFyYW1zIjoibGFuZz1ydSZ0bT0xNTczMzMSODc1JnRsZD1ydSZuYW11PTIwMTQyMDQucGRmJnRleHQ9J

UQwJTIGJUQxJTgwJUQwJUJFJUQwJUIxJUQwJUJCJUQwJUI1JUQwJUJDJUQwJUIwKyVEMSU4MiVEMSU4MCVEMCVCMCVEM
CVCRCVEMSU4MSVEMSU4NCVEMCVCRCVEMSU4MCVEMCVCQyVEMCVCMCVEMSU4NiVEMCVCOCVEMCVCOCsIRDEIO
DEIRDAIQkUIRDEIODYIRDAIQjIRDAIQjAIRDAIQkIRDEIOEMIRDAIQkQIRDEIOEIRDEIODUrJUQwJUJBJUQwJUJFJUQwJUJDJ
UQwJUJDJUQxJTgzJUQwJUJEJUQwJUI4JUQwJUJBJUQwJUIwJUQxJTg2JUQwJUI4JUQwJUI5KyVEMCVCMisIRDEIODEIRDAIQkU
IRDAIQjIRDEIODAIRDAIQjUIRDAIQkMIRDAIQjUIRDAIQkQIRDAIQkQIRDAIQkUIRDAIQjkrJUQxJTg2JUQwJUI4JUQwJUIyJUQwJ
UI4JUQwJUJCJUQwJUI4JUQwJUI3JUQwJUIwJUQxJTg2JUQwJUI4JUQwJUI4JnVybd1odHRwJTNBLY9lbGlicmFyeS51ZHN1LnJlL3ht
bHVpL2JpdHN0cmVhbS9oYW5kbGUvMTIzNDU2Nzg5LzExODkxLzIwMTQyMDQucGRmJmxyPTIxMyZtaW1lPXBkZiZsMTBuPXJlJn
NpZ249NjVmOTY1MmY3OTdmMTVhZGI1YmVhOWVmNjJhZTcyNzYma2V5bm89MCJ9&lang=ru

12. Логунова О., Ячиков И., Ильина Е. Человеко-машинное взаимодействие. Теория и практика. – М.: Феникс, 2006.
<https://knigopedia.ru/item/2854210-cheloveko-mashinnoe-vzaimodeystvie-teoriya-i-praktika>
13. Маккуайр С. Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство / пер. с англ.: М. Коробочкин. – М.: Strelka Press, 2014.
<https://freedocs.xyz/pdf-460477950>
14. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева. – М., Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003.
https://docviewer.yandex.ru/view/0/?*=4fdLC3F2gGc1zMGGwsibqBvuzJ57InVybcI6Imh0dHA6Ly95YW5rby5saWIucnUvYm9va3MvbWVkaWEvbWNsdWhhbi11bmRlcN0YW5kaW5nX21lZGhlLnBkZiIsInRpdGxlljoibWNsdWhhbi11bmRlcN0YW5kaW5nX21lZGhlLnBkZiIsIm5vaWZyYW1lIjp0cnVILCJ1aWQiOiwiIiwidHMiOjE1NzU3NDkwOTUwMTgsInl1IjoiotM5Mjg0OTg5MTQ2MzUxMDUwOCIsInNlc nBQYXJhbXMiOiJsYW5nPXJlJnRtPTE1NzZmNDA4MzMmdGxkPXJlJm5hbWU9bWNsdWhhbi11bmRlcN0YW5kaW5nX21lZGhlLnBkZiZ0ZXh0PSVEMCU5QyVEMCVCMCVEMCVCQSVEMCVCQiVEMSU4RSVEMSU4RCVEMCVCRCsIRDAIOTMuJUQwJTIDLisIRDAIOUYIRDAIQkUIRDAIQkQIRDAIQjgIRDAIQkMIRDAIQjAIRDAIQkQIRDAIQjgIRDAIQjUrJUQwJUJDJUQwJUI1JUQwJUI0JUQwJUI4JUQwJUIwJTNBKyVEMCVCMiVEMCVCRCVEMCVCNSVEMSU4OCVEMCVCRCVEMCVCOCVEMCVCNSsIRDEIODAIRDAIQjAIRDEIODEIRDEIODgIRDAIQjgIRDEIODEAIRDAIQjUIRDAIQkQIRDAIQjgIRDEIOEYrJUQxJTg3JUQwJUI1JUQwJUJCJUQwJUJFJUQwJUIyJUQwJUI1JUQwJUJBJUQwJUIwJnVybd1odHRwJTNBLY95YW5rby5saWIucnUvYm9va3MvbWVkaWEvbWNsdWhhbi11bmRlc nN0YW5kaW5nX21lZGhlLnBkZiZscj0yMTMmbWltZT1wZGYmbDEwbj1ydSZzaWduPWYxNTA1NzFiY2E5MmZmYjdmYmI3NzZjNjllh OTM4ZWlzMjtleW5vPTAifQ%3D%3D&lang=ru
15. Медиа – и информационная грамотность в обществах знания / Сост. Кузьмин Е.И., Паршакова А.В. – М.: МЦБС, 2013.
http://www.ifapcom.ru/files/News/Images/2013/mil_int_rus.pdf
16. Назайкин А. Медиапланирование на 100%. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. <https://e-libra.ru/read/550755-mediaplanirovanie-na-100.html>
17. Сергеева О.В. Медиакультура в практиках повседневности: Автореф. дис. ... докт. социол. н. СПб, 2011.
http://www.russcomm.ru/rca_biblio/s/Sergeeva%20OV%202011.pdf
18. Трансформация коммуникации в цифровую эпоху / Науч. ред. А.К. Мамедов, И.Н. Чудновская. – М.: МАКС Пресс, 2020.
http://socio.msu.ru/documents/elibrary_37280708_49374673.pdf

19. Цымбаленко С.Б. Путешествие в мир информации, или «Как информационно-коммуникативные процессы меняют мир, общество, человека». Монография / С.Б. Цымбаленко. — М.: РУДН, 2015. <https://www.ifap.ru/library/book572.pdf>
20. Шилина М.Г. Интернет-коммуникация как фактор трансформации информационной среды: Автореф. дис. ... докт. филол. н. СПб, 2012. <http://cheloveknauka.com/internet-kommunikatsiya-kak-faktor-transformatsii-informatsionnoy-sfery>

Перечень информационных технологий:

Интернет-ресурсы:

	Web-адрес
Журнал «Социс. Социологические исследования»	http://www.nir.ru/socio/skipubl/socis.htm
Журнал «Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология»	http://www.vestnik.socio.msu.ru/
Российская государственная библиотека	http://www.rsl.ru/
Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru
Национальная электронная библиотека	http://www.nel.nns.ru/
Российская коммуникативная ассоциация	http://www.russcomm.ru/rca_biblio/a/
International Communication Association	https://www.icahdq.org/
Электронная библиотека МГУ имени М.В. Ломоносова	http://www.nbmgu.ru/publicdb/
Международный научный журнал «Коммуникология»	http://www.communicology.us/
Электронный научный журнал «Медиаскоп»	http://www.mediascope.ru/
Институт социологии РАН	http://www.isras.ru

1.2. Описание материально-технического обеспечения:

Для проведения образовательного процесса требуется аудитория с трансформируемым пространством, оборудованная компьютером и проектором, необходимыми для демонстрации презентаций. Обязательное программное обеспечение – MS Office.

9. Язык преподавания.

Русский.

10. Преподаватель.

Чудновская Ирина Николаевна, к.филол.н., доцент

11. Разработчик программы.

Чудновская Ирина Николаевна, к.филол.н., доцент

12. Соответствие результатов обучения по данному элементу ОПОП результатам освоения ОПОП указано в Общей характеристике ОПОП.