

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Филологический факультет



УТВЕРЖДАЮ:

Декан филологического факультета

И.В. Тубалова

« 30 » 08 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Психология и социология чтения

по направлению подготовки

42.03.03 Издательское дело

Направленность (профиль) подготовки:

Книгоиздательское дело

Форма обучения

Очная

Квалификация

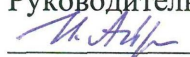
Бакалавр

Год приема

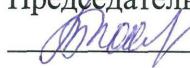
2024

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

 И.А. Айзикова

Председатель УМК

 Ю.А. Тихомирова

Томск – 2024

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

- **ОПК-4** – способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

- **ИОПК-4.1** – Демонстрирует знание основных характеристик целевых аудиторий и читательского адреса, основных источников информации о запросах и потребностях
- **ИОПК-4.2** – Определяет целевую аудиторию и читательский адрес текстов и издательских продуктов разных видов, жанров, стилей и форматов.
- **ПК-4** – Способен к организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

- **ИПК-4.1** – Понимает особенности организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ, их регламентированность гражданским законодательством РФ, стандартами и иными нормативными актами;
- **ИПК-4.3** – Использует современные информационные технологии и программные продукты для организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ.

2. Задачи освоения дисциплины

- сформировать представления об основных характеристиках целевой аудитории и читательского адреса изданий, а также об основных источниках информации о запросах и потребностях читателей;
- освоить особенности продвижения продукции книгоиздания и СМИ с учетом их регламентированности стандартами, правовыми и иными нормативными актами;
- овладеть навыками определения целевой аудитории и читательского адреса текстов и издательских продуктов разных видов, жанров, стилей и форматов;
- сформировать умение применять технологии маркетинговых исследований и современных информационных технологий в целях организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы, Блок 1, модуль «Экономика и предпринимательство»

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Семестр 5, зачет.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам:

- введение в книжное дело
- история книжной культуры
- теория и практика коммуникации

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

- лекции: 10 ч.;
- практические занятия: 32 ч.;
- в том числе практическая подготовка: 32 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом и составляет 63.65 ч.

8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам

Модуль 1. Наука о читателе и чтении.

Тема 1. Методологические основы психологии и социологии чтения

Цели и задачи курса, его междисциплинарный характер. Основные социально-психологические концепции современного книговедения. Чтение как социальное явление, средство массовой коммуникации и базовая культурная технология. Основные методологические принципы психологии и социологии чтения. Терминосистема науки о чтении.

Тема 2. Формирование науки о чтении в России.

Истоки читательской культуры в России. Чтение, его распространение и изучение в XVII – XVIII вв. Исследование чтения в XIX в. Особенности «толстого журнала» и его читатель. Просветительская тенденция в изучении чтения. Роль издателей в формировании науки о чтении. Деятельность «Посредника». Молодежная читательская аудитория в конце XIX – нач.XX вв. Библиопсихология Н.А. Рубакина.

Тема 3. Изучение читателя в советское время. Российский читатель в 2000-е гг.

«Формовка» нового читателя в послереволюционной России. Деятельность Наркомпроса по изъятию «буржуазной» литературы. Книжный дефицит 1970-х гг. Работы по изучению восприятия художественных произведений. Чтение «возвращенной литературы». Российский читатель 2000-е гг.: основные тенденции развития и актуальные проблемы чтения.

Модуль 2. Психологические и социологические аспекты чтения.

Тема 4. Психологические основы процесса чтения.

Текст как объект читательской деятельности. Этапы читательской деятельности: предкоммуникативный, коммуникативный, посткоммуникативный. Понятие установки и антиципации. Процесс понимания текста. Значение фоновых знаний в процессе понимания. Причины непонимания текста. Восприятие художественного текста: этапы, роль воображения (воссоздающего и творческого), элементы вхождения в текст. Интерпретация смысла текста. Оценка произведения после прочтения. Уровни эстетического восприятия.

Тема 5. Социологические методы исследования читательской аудитории.

Виды социологических исследований. Понятие выборки. Программа социологического исследования. Наблюдение. Метод документального анализа. Эксперимент. Опрос: анкетирование и интервью. Структура анкеты. Типология анкетных вопросов. Требования к открытым и закрытым вопросам. Вопросы-фильтры и контрольные вопросы. Типичные ошибки при составлении анкет. Интервью: свободное и сфокусированное. Условия и порядок его проведения.

Тема 6. Система основных психологических методов в науке о чтении.

Метод самонаблюдения: его преимущества и недостатки. Методика самооценивания сформированности читательских умений Л.Н. Засориной. Тестирование: виды тестов, правила тестирования. Структурный метод исследования чтения.

Тема 7. Классификация читателей. Социально-психологические характеристики читательской аудитории.

Основные подходы к классификации читателей. Социально-демографические характеристики читателей. Основные возрастные категории читателей и их читательские предпочтения. Гендерный подход в изучении чтения. Социальная структура общества и читательские интересы. Читательская мода: социально-психологические механизмы моды, факторы, влияющие на читательские предпочтения.

Тема 8. Виды чтения.

Понятие цели и мотивов чтения. Стратегии работы с текстом. Технология «медленного чтения» (Мортимер Адлер). Поисковое (просмотровое) чтение как основной вид чтения в информационной среде. Функциональное и аналитическое чтение учебных и научных текстов. Стратегии послетекстовой деятельности: от чтения к письму. Интерактивное чтение. Развитие «мультитекстуальности».

Тема 9. Трансформация чтения в цифровой культуре.

Изменение модели чтения и читательских практик. Переход от логоцентричных текстов к текстам «новой природы»: мультимодельным, поликодовым. Особенности «экранного» чтения: чтение-визуализация, расслоение читательской аудитории, прагматизм, оттеснение традиционного чтения видео- и аудио-форматами. Теория поколений и читательские привычки поколений «Y» и «Z».

Модуль 3. Современные практики чтения и изучение читателей.

Тема 10. Аудио-чтение и визуальный нарратив в современных читательских практиках.

Аудио-чтение как модификация слухового чтения. Этапы развития аудиокниг, их функции. Особенности аудио-восприятия. Современные тенденции развития аудиокниг. Особенности визуального восприятия. Понятие визуального нарратива. Изотексты: комиксы, графические романы, виммельбухи, артбуки, сайлебуки. Понятие «визуальной грамотности».

Тема 11. Молодёжная субкультура чтения в Интернете.

Процессы медиаконвергенции. Характерные черты молодёжного чтения: чтение как сопутствующее занятие, «социальное чтение» - общение, дигитализация чтения, изменение мотивации и репертуара читательских предпочтений, появление фандомов. Фанфикшн- движение. Литературные форумы и блоги.

Тема 12. Классика, беллетристика и массовая литература в современном чтении.

Основные характеристики и социально-психологические функции классической литературы. Беллетристика, ее роль в формировании читательской культуры. Массовая литература, ее особенности и социально-психологические функции. Массовая читательская аудитория.

Модуль 4. Учет особенностей целевой аудитории и читательского адреса в книгоиздательской деятельности

Тема 13. Социально-психологические аспекты деятельности издательства

Психологические проблемы принятия решений в издательском деле. Маркетинг книгоиздающего предприятия, внешние и внутренние факторы маркетинговой политики издательства. Психологические и социологические основания выбора стратегии издательской деятельности. Анализ книжного рынка.

Тема 14. Социально-психологические аспекты рекламы книг.

Вопросы психологии рекламы. Процесс воздействия и восприятия книжной рекламы: внушение, убеждение, поддержание интереса. Психология потребительской мотивации поведения покупателей. Определение эффективности рекламного воздействия. Современные технологии рекламной деятельности.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения контрольных работ, тестов по лекционному материалу, составления таблиц, глоссария по пройденным темам, выполнения домашних заданий, подготовки индивидуальных сообщений, презентаций, творческих заданий и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Критерии и уровни освоения компетенции

Индикаторы	Уровни освоения	Описание уровня освоения	Шкала оценивания
ИОПК-4.1 – Демонстрирует знание основных характеристик целевых аудиторий и читательского адреса, основных источников информации о запросах и потребностях	допороговый	Не демонстрирует, допуская грубые ошибки и недочёты, необходимый уровень знания основных характеристик целевых аудиторий и читательского адреса, основных источников информации о запросах и потребностях	2/0-25 б.
	пороговый	Демонстрирует, допуская ошибки и недочеты, неполное и неуверенное знание основных характеристик целевых аудиторий и читательского адреса, основных источников информации о запросах и потребностях	3/26-40 б.
	достаточный	Демонстрирует, допуская отдельные недочёты, хороший уровень знания основных характеристик целевых аудиторий и читательского адреса, основных источников информации о запросах и потребностях	4/41-50 б.
	продвинутый	Демонстрирует уверенное и освоенное в полном объеме знание основных характеристик целевых аудиторий и	5/51-60 б.

		читательского адреса, основных источников информации о запросах и потребностях	
ИОПК-4.2 – Определяет целевую аудиторию и читательский адрес текстов и издательских продуктов разных видов, жанров, стилей и форматов.	допороговый	Не умеет, испытывая серьезные затруднения, определять целевую аудиторию и читательский адрес текстов и издательских продуктов разных видов, жанров, стилей и форматов.	2/0-25 б.
	пороговый	Умеет, допуская серьезные ошибки и недочеты, определять целевую аудиторию и читательский адрес текстов и издательских продуктов разных видов, жанров, стилей и форматов.	3/26-40 б.
	достаточный	Умеет, допуская отдельные недочеты, определять целевую аудиторию и читательский адрес текстов и издательских продуктов разных видов, жанров, стилей и форматов.	4/41-50 б.
	продвинутый	Умеет уверенно и осознанно в полном объеме определять целевую аудиторию и читательский адрес текстов и издательских продуктов разных видов, жанров, стилей и форматов.	5/51-60 б.
ИПК-4.1 – Понимает особенности организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ, их регламентированность гражданским законодательством РФ, стандартами и иными нормативными актами	допороговый	Не понимает особенности организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ, их регламентированность гражданским законодательством РФ, стандартами и иными нормативными актами.	2/0-25 б.
	пороговый	Демонстрирует ограниченное понимание особенностей организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ, их регламентированность гражданским	3/26-40 б.

		законодательством РФ, стандартами и иными нормативными актами.	
	достаточный	Демонстрирует, допуская отдельные недочеты, понимание особенностей организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ, их регламентированность гражданским законодательством РФ, стандартами и иными нормативными актами.	4/41-50 б.
	продвинутый	Демонстрирует уверенное и свободное понимание особенностей организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ, их регламентированность гражданским законодательством РФ, стандартами и иными нормативными актами.	5/51-60 б.
ИПК-4.3 – Использует современные информационные технологии и программные продукты для организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ	допороговый	Не способен использовать современные информационные технологии и программные продукты для организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ.	2/0-25 б.
	пороговый	Проявляет, допуская ошибки и недочеты, ограниченное умение использовать современные информационные технологии и программные продукты для организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ	3/26-40 б.
	достаточный	Проявляет, допуская отдельные недочеты, умение использовать современные информационные технологии и программные продукты для организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ.	4/41-50 б.
	продвинутый	Проявляет уверенно и свободно сформированное умение	5/51-60 б.

		использовать современные информационные технологии и программные продукты для организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ.	
--	--	---	--

В процессе текущего контроля по курсу «Психология и социология чтения» используется балльно-рейтинговая система.

Балльно-рейтинговая система оценки успеваемости студентов по дисциплине

«Психология и социология чтения»

1. Общие положения.

Рейтинг студента по дисциплине – оценка академической успеваемости, полученная по результатам освоения дисциплины. Рейтинг представляет собой сумму текущего и выходного рейтинга.

Текущий рейтинг – постоянно накапливаемая оценка результатов обучения студента за все виды работ в процессе освоения дисциплины. Текущий рейтинг включает входной рейтинг, рубежные рейтинги, творческий рейтинг.

Входной рейтинг – оценка степени готовности студента к освоению дисциплины.

Рубежный рейтинг – оценка знаний студентов в процессе освоения отдельных разделов дисциплины. Контрольные точки: домашние, практические, самостоятельные, контрольные работы, тестовые задания, семинары.

Творческий рейтинг – оценка результатов самостоятельного выполнения студентом индивидуальных творческих работ различных уровней сложности в рамках изучения дисциплины.

Максимальная сумма баллов, которую может набрать студент по дисциплине за семестр – **100 баллов**.

2. Текущий рейтинг.

Требования, предъявляемые к студентам при освоении дисциплины с использованием рейтинговой системы, критерии оценки и шкала перевода 100-балльной оценки в 5-балльную доводятся до студентов преподавателем на первом практическом занятии и не могут меняться в процессе изучения дисциплины.

Текущий рейтинг студента состоит из суммы баллов, набранных в ходе выполнения различных видов работ в течение всего семестра.

Студент считается освоившим дисциплину и может быть допущен к промежуточной аттестации в случае, если его текущий рейтинг составляет **40-60 баллов**. Студенты, набравшие **выше 60 б.**, получают автоматический зачет.

Критерии оценки работ, результаты которых составляют **текущий рейтинг**.

Шкала оценки каждого вида работ в каждом разделе дисциплины определяется преподавателем и зависит от уровня сложности учебного материала, от его важности в формировании профессиональных компетенций.

Максимальные баллы выставляются студенту в случае, если он сделал работу в полном объеме, сдал ее в установленные преподавателем сроки, обнаружил при этом системные знания, продемонстрировал самостоятельность мышления и выполнения работы, показал владение основным и дополнительным материалом, продемонстрировал творческий подход к изложению материала (для заданий, формирующих творческий рейтинг).

Промежуточные (средние баллы) выставляются студенту в случае, если он сделал работу в полном объеме, обнаружил при этом системные знания, продемонстрировал самостоятельность мышления и выполнения работы, показал владение основным материалом, но не сдал работу в установленные преподавателем сроки, или не продемонстрировал самостоятельность выполнения работы, или не владеет дополнительным материалом, или допускает незначительные ошибки в изложении основного материала.

Минимальные баллы выставляются в случае, когда студент выполнил работу, но в ней обнаружилось два-три вышеизложенных недочета.

Баллы не выставляются студенту в случае, если он не сдал работу, не присутствовал на учебных занятиях.

В результате текущего контроля студенту выставляется в баллах текущий рейтинг, который учитывается в промежуточной аттестации, при этом набранные баллы переводятся в пятибалльную систему оценки: 26-40 б. соответствует оценке «удовлетворительно», 41-50 б. – оценке «хорошо», 51-60 б. – оценке «отлично».

Примеры средств оценивания для текущего контроля.

Темы для социсследования читательской аудитории:

1. Современный бестселлер, причины его популярности и портрет читателя.
2. Женское чтение сегодня.
3. Литература нон-фикшн в кругу чтения современного читателя.
4. Исследование молодежной субкультуры чтения (на примере выбора определенных групп читателей).
5. Глянцевый журнал и его читатель.
6. Социально-психологические функции детектива.
7. Современное аудиочтение.
8. Графический роман и его читатели.
9. Фантастика и фэнтези в читательских практиках.
10. Читательские сообщества в Интернете.
11. Писатель и его читатель (на примере творчества одного из современных писателей)
12. Читатель поколения «альфа»: интересы и особенности.
13. Читательская мода сегодня.
14. Влияние книжного дизайна на выбор читателя.

Примерные вопросы для теста:

Тесты открытого типа

Правильный ответ оценивается в 1 балл.

Закончите утверждение

Вопрос 1

Первая отечественная книга, отпечатанная в 1564 г. Иваном Федоровым, -

Вопрос 2

Шемякин суд», «Петр Златые Ключи», «Жизнеописание Ваньки Каина» представляли собой популярные в XVIII в. рукописные тексты массовых _____ романов.

Вопрос 3

Новой литературно-издательской формой, появившейся во второй половине XVIII в. и представляющей самобытное явление именно русской культуры, стал _____ журнал.

Тесты на соответствие

Найдите соответствие между элементами двух множеств

Правильный ответ оценивается в 2 балла

Вопрос 4

Установите соответствие между читательским адресом и изданием последней 1/3 XIX в.

- | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|
| 1) песенники, сонники, жития | а) образованная публика |
| 2) газеты | б) читатели из «среднего слоя» |
| 3) тонкие журналы | в) простонародный читатель-крестьянин |
| 4) романы приключенческого характера | г) низовой городской читатель |
| 5) толстые журналы | д) рабочая аудитория |

Тесты множественного выбора

Выберите несколько правильных ответов из числа предложенных вариантов

Правильный ответ оценивается в 2 балла

Вопрос 5

Человек читающий отличается от нечитающего

- а) неструктурированным хаотичным мышлением
- б) большим объемом памяти
- в) рассеянным вниманием
- г) способностью мыслить в категориях проблем
- д) богатством речи

Ответ:

Вопрос 6

Культура чтения включает

- а) умение выбирать литературу
- б) культуру речи
- в) культуру восприятия
- г) владение навыками скорочтения
- д) культуру освоения полученной информации

Ответ:

Вопрос 7

Психология и социология чтения изучает

- а) историю книги
- б) социально-психологические характеристики читателей
- в) основы редактирования текста
- г) приемы создания литературно-художественных произведений
- д) психологические механизмы чтения

Составление глоссария:

Читательская аудитория –

Читательская группа –

Читательская направленность –

Читательская психология –

Читательский интерес –

Читабельность –

Читательская установка –

Читательский спрос –

Культура чтения –

В полном объеме средства оценивания для текущей аттестации представлены в Moodle <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=26241>

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

По учебной программе 2023 г. промежуточная аттестация по дисциплине «Психология и социология чтения» проводится в формате зачета в пятом семестре. **Зачет** проводится в устной форме по билетам и состоит из 2-х частей: теоретической и практической. Теоретическая часть направлена на проверку усвоенных знаний по ключевым проблемам курса, а практическое задание – на проверку умений и навыков по определению читательского адреса и характеристик целевой аудитории, а также по особенностям организации и современным технологиям продвижения продукции книгоиздания и СМИ.

Билет содержит два теоретических вопроса и одно практическое задание (задачу-кейс).

Примерный перечень теоретических вопросов

1. Вопрос 1. Социологические исследования читательской аудитории.
2. Вопрос 2. Библиопсихология Н.А. Рубакина и ее вклад в формировании науки о чтении.
3. Вопрос 3. Задание - кейс

Примеры задач - кейсов:

1. Задание 1. Прочитайте предложенную анкету, оцените ее структуру, формулировку вопросов, укажите допущенные ошибки, предложите рекомендации по доработке.

Отношение читателя к чтению

Здравствуй! С целью получения данных, важных для развития книгоиздания, ответьте на вопросы предложенной анкеты.

Ваш пол:
Ваш возраст
Что вы чаще читаете?
Преимущественно для чего вы читаете?
Как часто вы читаете книги?
Как часто вы читаете периодические издания?
Как часто вы читаете digital-статьи?
Влияет ли вопрос цены на выбор вашего источника информации?
Выбирая книгу, вы чаще отдаёте предпочтение:
Каков основной источник книг для вас и почему?
Уделяете ли вы внимание данным материалам в Интернете?
От какого из источников информации вы не могли бы спокойно отказаться, ничего не потеряв?
Как вы относитесь к комиксам и графическим романам?
Как вы относитесь к аудиокнигам?
Какое место занимает чтение в вашей жизни? -----
Какую последнюю книгу вы прочитали и как давно? -----
Назовите основную причину, из-за которой вы не читаете чаще

2. Задание 2. Согласно проведенному журналом «Книжная индустрия» исследованию, современные издатели считают наиболее эффективными для продвижения книжной продукции следующие промоканалы:

1. Участие автора в тематических шоу и других программах на центральных каналах радио и TV.
2. Публикация интервью автора на страницах федеральной прессы.
3. Интернет-реклама: авторские странички (или ЖЖ), баннеры, блоги, интервью и конференции в Интернет-магазинах.
4. PR – акция с презентацией книги и фуршетом.

5. Приоритетная выкладка и POS- материалы в магазине.
6. Участие в профессиональных. тематических выставках-ярмарках.

Выскажите свою оценку данным каналам продвижения книжной продукции и СМИ и дополните список своими предложениями.

3. Задание 3. Определите целевую аудиторию и читательский адрес следующих изданий:



Структура зачета соответствует компетентностной структуре дисциплине. В связи с этим описание системы оценивания итогового контроля по дисциплине позволяет продемонстрировать достижение всех запланированных индикаторов – результатов обучения.

Первая часть представляет вопрос теоретического блока курса, проверяющий ИОПК-4.1 и ИПК-4.1. Ответы на вопросы даются в развернутой форме. Вторая часть содержит практическое задание, проверяющее ИОПК-4.2. и ИПК-4.3. Ответ на вопросы второй части предполагает решение практической задачи и краткую интерпретацию полученных результатов.

Индикаторы формирования компетенций и оценочные средства

Индикаторы компетенций	Оценочные средства
ИОПК- 4.1 - Демонстрирует знание основных характеристик целевых аудиторий и читательского адреса, основных источников информации о запросах и потребностях	Устные вопросы
ИОПК – 4.2 - Определяет целевую аудиторию и читательский адрес текстов и издательских продуктов разных видов, жанров, стилей и форматов.	Практическое задание – кейс, проект по социологическому исследованию читательской аудитории
ИПК – 4.1 - Понимает особенности организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ, их регламентированность гражданским законодательством РФ, стандартами и иными нормативными актами	Практическое задание – кейс и интерпретация полученных результатов
ИПК- 4.3 - Использует современные информационные технологии и программные продукты для организации продвижения продукции	

В полном объеме средства оценивания для текущей аттестации представлены в Moodle <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=26241>

11. Учебно-методическое обеспечение

- а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=26241>
- б) План практических занятий по дисциплине. <https://moodle.tsu.ru/course/modedit.php?update=491952>
- в) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов. <https://moodle.tsu.ru/course/modedit.php?update=340799&return=0&sr=0>

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

1. История чтения в западном мире от Античности до наших дней / ред.-сост. Г.Кавалло, Р.Шартье; пер. с франц. М.А.Руновой, Н.Н.Зубкова, Т.А.Недашковой. – М.: «Издательство ФАИР», 2008. 544 с.
URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000554683/000554683.pdf>
- Г.В., Романичева Е.С. Современные стратегии чтения: теория и практика. М.: Форум, 2013. 367с. URL_URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000478556/000478556.pdf>
3. Воробьева Т.Л. Психология и социология чтения: уч.-методический комплекс. Томск: ТГУ [ИДО]. Эл.ресурс: URL: <http://edu.tsu.ru/eor/resource/605/tpl/index.html>
2. Григорьева А.К., Московкина И.И. Смысловое чтение учебного и научного текста: теория и практика. М, Флинта, 2016. Электронный ресурс <https://e.lanbook.com/book/91043>
3. Пранцова Г.В., Романичева Е.С. Современные стратегии чтения: теория и практика. М.: Форум, 2013. 367с. URL_URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000478556/000478556.pdf>

4. Воробьева Т.Л. Психология и социология чтения: уч.-методический комплекс. Томск: ТГУ [ИДО]. Эл.ресурс: URL: <http://edu.tsu.ru/eor/resource/605/tpl/index.html> Электронное издание

б) дополнительная литература:

1. Альберто Мангуэль. История чтения. Екатеринбург: У-Фактория, 2008. 381 с.
2. Бурдые П. Чтение, читатели, ученые, литература. // Начала. М. 1994, С. 167-177
3. Бутенко И.А. Читатели и чтение на исходе XX века: социологические аспекты. - М.: Наука, 1997. 132 с.
4. Григорьева А.К., Московкина И.И. Смысловое чтение учебного и научного текста: теория и практика. М, Флинта, 2016.
5. Лев Гудков, Борис Дубин. Литература как социальный институт. М.: Новое литературное обозрение. Изд.2-е, доп. 2020. 792 с. 3.
6. Жан Ж. История письменности и книгопечатания. М.: «АСТ», 2008. 224 с.
7. Книга в пространстве культуры: сб. ст. М. 2000. 218с.
8. Компаньон А. Демон теории. М. Изд-во им. Сабашниковых 2001 (глава «Читатель»)
9. Мелентьева Ю.П. Общая теория чтения. М.: Наука. 2015. 195 с.
10. Набоков В. О хороших читателях и хороших писателях. В кн.: Лекции по зарубежной литературе. М. 1998.
11. Общество и книга: от Гуттенберга до Интернета, М. 2001. 280 с.
12. Пьер Байяр. Искусство рассуждать о книгах, которых вы не читали. М.: Текст, 2016. 192 с.
13. Рейтбат А.И. Писать поперек: статьи по биографике, социологии и истории литературы. М.: НЛЮ, 2014. 416 с.
14. Рубакин Н.А. Библиологическая психология. М: Академический проект. 2006. 800 с.
15. Общество и книга: от Гуттенберга до Интернета, М. 2001. 280 с.
16. Проблема читателя в Томске и Томской губернии в конце XIX – нач. XX в.: учебное пособие /под ред Т.Л. Воробьевой Томск: Изд.Дом ТГУ.2020.224 с.
URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:00067567617>.
17. Стефановская Н.А. Социологические исследования чтения: теория, методика, практика: научно-практическое пособие. .М.: Литера. 2013. 143 с.
18. Человек читающий: Homo Legens. М. 2000, 720 с.
19. Шартье, Р. Письменная культура и общество / Пер. с франц. и послесловие И.К.Стаф. – М.: Новое издательство, 2006. 272 с.
20. Эко У. Открытое произведение. Форма и неопределенность в современной поэтике. Спб. 2004. 512 с.

в) ресурсы сети Интернет:

Основы теории принятия решений// www.mos.ru/~boris/sis.htm
Фролов С.С. Социология // pl16.karelia.ru/teach/referats/sociologia/frolov/
Принятие решений в маркетинговых ситуациях//www.dis.ru/market/arhiv/1998/1/2.html
Социологические исследования // www.monitoring.ru
Социс // www.socismr.com/_socio
Психология // <http://www.bookap.by.ru/popular/popular.htm>
Национальная программа поддержки и развития чтения / www.mcbs.ru/chtenie.htm
Журнал «Книжное дело» / www.knigdelo.ru
Журнал «Книжная индустрия» / www.bookind.ru

13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

в) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешенном формате («Актру»).

15. Информация о разработчиках

Воробьева Татьяна Леонидовна, кандидат филологических наук, доцент, кафедра общего литературоведения, издательского дела и редактирования, доцент.