



სამაგისტრო პროგრამა: კულტურის და მედიის სოციოლოგია

1. ა) სამაგისტრო პროგრამის დასახელება: კულტურის და მედიის სოციოლოგია -

Sociology of Culture and Media

ბ) მისანიჭებელი კვალიფიკაცია: სოციალური და კულტურული კვლევების მაგისტრი - MA in Social and Cultural Studies (070604).

გ) პროგრამის მოცულობა კრედიტებით: 120 კრედიტი

დ) სწავლების ენა: ქართული

ე) სამაგისტრო პროგრამის მიზანი:

სამაგისტრო პროგრამის მიზანია მაგისტრანტების სპეციალიზება კულტურის და მედიის სოციოლოგიის მიმართულებით. ის უზრუნველყოფს მაგისტრანტებს კულტურის, მედიის, სოციალური კომუნიკაციების და საზოგადოების სოციალური სტრუქტურის ურთიერთგავლენის ცოდნით. პროგრამა ინტერდისციპლინური ხასიათისაა და მიუხედავად იმისა, რომ სოციოლოგიურ ხედვას ეფუძნება, ფართოდ იყენებს მომიჯნავე დისციპლინების (ფსიქოლოგიის, ანთროპოლოგიის, პოლიტიკის მეცნიერების, ჟურნალისტიკის) კვლევებსაც კულტურის და მედიის მიმართულებით.

1980-იანი წლების ბოლოდან მოყოლებული ე.წ. „კულტურული ბრუნის“ პერიოდმა განსაკუთრებული ინტერესი გამოიწვია კულტურის ფენომენის კვლევისადმი არა მარტო სოციალურ და ჰუმანიტარულ მეცნიერებებში, არამედ ზუსტ და საბუნებისმეტყველო მეცნიერებებშიც. სწორედ ამ პერიოდში ჩაეყარა საფუძველი კულტურის სოციოლოგიას, აგრეთვე კულტურის და მედიის კვლევებს, როგორც დამოუკიდებელ დისციპლინებს. ამდენად, პროგრამა საშუალებას აძლევს სტუდენტებს, გაეცნონ ამ ინოვაციურ სფეროში ბოლო ათწლეულებში დაგროვილ თეორიულ და ემპირიულ მასალას და გამოიყენონ „სოციოლოგიური წარმოსახვა“ კულტურის და მედიის ინტერდისციპლინური ფენომენების გასაანალიზებლად.

ინტერდისციპლინურობასთან ერთად, პროგრამის ამოსავალი პრინციპია საკვლევი მეთოდების მრავალფეროვნება, რაც აგრეთვე „კულტურული ბრუნის“ ერთ-ერთ დამახაურებად შეიძლება ჩაითვალოს, რადგან 1980-იან წლებამდე, დაახლოებით ნახევარი საუკუნის მანძილზე, ემპირიული სოციოლოგიური კვლევის საფუძვლად რაოდენობრივ მეთოდებს მიიჩნევდნენ და სწორედ კულტურის ფენომენისადმი ინტერესმა გამოიწვია სოციოლოგიის დაბრუნება სოციალური კვლევის თვისებრივ მეთოდებთან.

სამაგისტრო პროგრამა ყოველმხრივ წახალისებს „ტრიანგულაციის“ პრინციპის საფუძველზე კულტურის და მედიის ფენომენების კვლევას; ამდენად, ის სთავაზობს მაგისტრანტებს მეთოდების ისეთ მრავალფეროვნებას, როგორცაა რაოდენობრივი გამოკითხვის მეთოდი შესაბამისი სტატისტიკური ანალიზით, თვისებრივი ინტერვიუ, ეთნოგრაფიული კვლევა, რაოდენობრივი და თვისებრივი კონტენტ-ანალიზი, დისკურსის ანალიზი, სემიოტიკური ანალიზი, ფსიქოსემანტიკა და ისტორიული კვლევის მეთოდოლოგია.

სამაგისტრო პროგრამის ინტერდისციპლინურ და მულტიმეთოდურ ხასიათს მისი კროსკულტურული აქცენტიც ამდიდრებს. წარმოდგენილი კურსები იყენებენ გლობალურ, კომპარატიულ მიდგომას კულტურის და მედიის ფენომენების ანალიზისას.

პროგრამა ორიენტირებულია ინტერდისციპლინური აზროვნების განვითარებაზე, მაგისტრანტების დაინტერესებაზე რეალური ემპირიული კვლევებით, განსაკუთრებით, საქართველოსა და სამხრეთ კავკასიის რეგიონში, და პრაქტიკული უნარების გამომუშავებაზე, თეორიის ემპირიაში გამოყენების მიზნით.

ვ) პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა: პროგრამაში სწავლის უფლება აქვთ სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის, ფსიქოლოგიისა და განათლების მეცნიერებათა ფაკულტეტის, ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტის და ეკონომიკის ფაკულტეტის ბაკალავრის ხარისხის მქონე პირებს.

- სამუშაო გამოცდილება: არ არის სავალდებულო.

- მისაღები გამოცდები პროგრამაზე ჩასარიცხად:

- მისაღები გამოცდები ჩატარდება ერთიანი ეროვნული საგამოცდო ცენტრისა და თსუ–ს სტანდარტების შესაბამისად. საუნივერსიტეტო/პროგრამაზე მისაღები გამოცდა ჩატარდება წერითი ფორმით, საგანგებო და პროგრამისთვის შექმნილი საგამოცდო რიდერის ბაზაზე. წერით გამოცდასთან ერთად, სტუდენტები გაივლიან გასაუბრებას პროგრამის ხელმძღვანელებთან. საბოლოო შეფასების 50% წერით გამოცდაზე მოდის და 50% - გასაუბრებაზე.

აუცილებელი წინაპირობა:

- ინგლისური ენის ცოდნა B1 დონეზე მაინც (სასურველია B2 დონეზე), რადგან საკითხავი მასალის მნიშვნელოვანი ნაწილი ინგლისურ ენაზეა. გარდა ამისა, ცოდნის განახლება ამ სფეროში ძირითადად საერთაშორისო აღიარების მქონე ინგლისურენოვანი სამეცნიერო ჟურნალების საფუძველზე ხდება. საგამოცდო გასაუბრების ნაწილია ინგლისურ ენაზე გასაუბრებაც.

ზ) სწავლის შედეგი

ცოდნა და გაცნობიერება:

სამაგისტრო პროგრამის გავლის შემდეგ კურსდამთავრებულებს ექნებათ კულტურასა და მედიაკომუნიკაციებთან დაკავშირებული აქტუალური თემატიკის ღრმა და სისტემური ცოდნა, რომელიც მოიცავს ამ სფეროსათვის აუცილებელ ტერმინოლოგიურ/ცნებით აპარატს და ემპირიულ ინსტრუმენტებს. მათ ეცოდინებათ კულტურის და მედიაკომუნიკაციების შესახებ კლასიკური და თანამედროვე სოციოლოგიური მიდგომები და უახლესი კროსკულტურული კვლევები, კულტურის და მედიის საზოგადოებაზე გავლენის მექანიზმები, თანამედროვე საზოგადოებაში მიმდინარე გლობალური ტრანსფორმაციები, რომლებსაც ინფორმაციულ-კომუნიკაციური რევოლუცია იწვევს.

მაგისტრანტებს გაცნობიერებული ექნებათ:

კულტურის და მედიის როლი ინფორმაციულ საზოგადოებაში და მათი გავლენები მიმდინარე ტრანსფორმაციებზე;

კულტურის შექმნის, შეთვისების და გადაცემის მექანიზმები ცვალებად სოციალურ რეალობაში;

კულტურული იდენტობების სიმრავლე და ცვალებადობა თანამედროვე მულტიკულტურულ მსოფლიოში;

გლობალური მედიის, როგორც ტრანსკულტურული და ტრანსნაციონალური ფენომენის, როლი;

ავტორიტარული და დემოკრატიული პოლიტიკური რეჟიმების გავლენა მედიის ინსტიტუტების ფუნქციონირებასა და ობიექტურობაზე; ცენზურის და პოლიტიკური აქტივიზმის შესაძლებლობები მედიის გზით;

პოლიტიკის ველის და ჟურნალისტიკის ველის ურთიერთდამოკიდებულება; აგრეთვე მასმედიისა და ჯგუფური ინტერესების ურთიერთკავშირი, შესაბამისად, იდეოლოგიის როლი მასმედიის ფუნქციონირებაში;

ინფორმაციულ საზოგადოებაში სოციალური მედიის ვირტუალურ სივრცეში განხორციელებული აქტივობების რეალურად ქცევის შესაძლებლობები და მათი გავლენა კულტურაზე.

მიღებული ცოდნა ხელს შეუწყობს სტუდენტებს ორიგინალური იდეების შემუშავებასა და დამოუკიდებელი ემპირიული კვლევების დაგეგმვაში.

ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენება / პრაქტიკული უნარები:

კურსდამთავრებულთა წარმატებული პროფესიული საქმიანობა გულისხმობს შეძენილი ცოდნისა და უნარ-ჩვევების გამოყენებას ახალ მულტიდისციპლინურ გარემოში, კულტურის, მედიის და მასობრივი კომუნიკაციების სფეროთა ემპირიული კვლევისა და პროგნოზირების მოთხოვნის პირობებში. შესაბამისად, კურსდამთავრებულთა კომპეტენცია მოიცავს თანამედროვე ცვალებად საზოგადოებაში სოციოკულტურულ პროცესთა კრიტიკულ ანალიზს, მათ შესასწავლად კვლევითი სტრატეგიებისა და მეთოდების შერჩევა-გამოყენებას, მოპოვებული მონაცემების რაოდენობრივ/თვისებრივ ანალიზს და ინტერპრეტაციას, და თეორიული იდეების ემპირიული რეალიზაციის შესაძლებლობას.

ამგვარად, მაგისტრატურის კურსდამთავრებულთა კომპეტენციაში შედის ტრანსფორმირებად საზოგადოებაში მიმდინარე სოციოკულტურული ცვლილებების დინამიკის ემპირიული შესწავლა, კრიტიკული შეფასება და პრობლემების გადაჭრის ახალი, ორიგინალური გზების ძიება. აღსანიშნავია, რომ კულტურული იდენტობების ფორმირებისა და პრეზენტაციის სტრატეგიების ცოდნა უზრუნველყოფს მაგისტრანტს კულტურული სენსიტიურობით სხვადასხვა სოციოკულტურულ გარემოში. ამასთან, იმ რადიკალური ტრანსფორმაციების გაცნობის შედეგად, რომლებსაც თანამედროვე საზოგადოებაში ინფორმაციულ-კომუნიკაციური რევოლუცია იწვევს, მაგისტრანტს შესაძლებლობა ექნება, კრიტიკულად შეაფასოს ინფორმაციის როლი თანამედროვე მსოფლიოს განვითარებასა და ფუნქციობაში, და ემპირიულად შეისწავლოს კონკრეტული შემთხვევები (case) საქართველოს და სამხრეთ კავკასიის რეგიონის რეალობაში, ინფორმაციული საზოგადოების განვითარების ტენდენციებისა და პერსპექტივების დადგენის მიზნით.

დასკვნის უნარი:

სამაგისტრო პროგრამა ორიენტირებულია მაგისტრანტთა კრიტიკული აზროვნების განვითარებაზე, ინტელექტუალური ინიციატივის, ინფორმაციის მოგროვების, ორგანიზების და გამოყენების, პრობლემათა აღქმისა და გადაჭრის, ინფორმაციის მართებულობის შემოწმების, არგუმენტების დასაბუთებულად ჩამოყალიბების, კონტრარგუმენტების დამაჯერებლად უკუგდების, თეორიული და ემპირიული მასალის ნათლად და ეფექტურად პრეზენტაციის უნარის გამომუშავებაზე. მაგისტრანტს მოეთხოვება უახლეს მონაცემებზე დაყრდნობით ინფორმაციის ინოვაციური სინთეზი, არასრული და კომპლექსური ინფორმაციის არსებობის პირობებში არგუმენტირებული დასკვნების გაკეთება, და მათ საფუძველზე აკადემიური რეფლექსიის და კრიტიკული შეფასების განხორციელება.

კომუნიკაციის უნარი:

მაგისტრანტს მოეთხოვება არგუმენტების დამაჯერებლად ფორმულირების და მათი ნათლად და ეფექტურად პრეზენტაციის უნარი როგორც სიტყვიერად, ასევე წერილობით. ის უნდა ფლობდეს მიღებული ცოდნის სხვებისთვის გაზიარებისა და გადაცემის უნარს. მაგისტრანტს უნდა შეეძლოს გუნდური მუშაობა და ჯგუფურ დისკუსიებში მონაწილეობა, აგრეთვე მათი წარმართვა/მოდერაცია. გარდა სხვა სტუდენტებთან და პედაგოგებთან აკადემიური კომუნიკაციის უნარისა, მაგისტრანტს უნდა ახასიათებდეს რესპონდენტებთან ეთიკური და კორექტული ურთიერთობის უნარი. ამასთან, მას უნდა შეეძლოს აკადემიური და ფართო საზოგადოებისთვის სამეცნიერო ინფორმაციის ქართულ და უცხო ენებზე ეფექტური კომუნიკაცია, უახლესი საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენებით.

სწავლის უნარი:

მაგისტრანტს მოეთხოვება მასალის წვდომისა და შესაბამისი გააზრების უნარი; მასალის სტრუქტურირების უნარი; მისი ანალიზის და სინთეზის უნარი; მასალაზე კრიტიკული რეფლექსიის უნარი; სასწავლო პროცესის თავისებურებების გაცნობიერება და სწავლის დამოუკიდებლად წარმართვა; ცოდნის განახლებისა და ინოვაციური მეთოდების გამოყენების უნარი.

ღირებულებები:

ვინაიდან სამაგისტრო პროგრამა კულტურის და მედიის სოციოლოგიის სფეროს მოიცავს, უპირველეს ყოვლისა, ის კულტურული ტოლერანტობის დამკვიდრება-განმტკიცებას და მულტიკულტურულ საზოგადოებაში მშვიდობიანი თანაცხოვრების სტრატეგიების განვითარებას ემსახურება. კულტურული ტოლერანტობის განმტკიცებასთან ერთად, პროგრამა მიზნად ისახავს რელიგიური, ეთნიკური, გენდერული და სხვა სუბკულტურული ჯგუფების მიმართ ტოლერანტობის განვითარებას. პროგრამა ორიენტირებულია ინტერკულტურული კომუნიკაციის უნარების განვითარებაზეც.

რაც შეეხება სოციალური მკვლევარისთვის მნიშვნელოვან ღირებულებებს, პროგრამა ხელს უწყობს შემდეგი ღირებულებების განვითარებას: პროფესიული ეთიკის პრინციპების დაცვა; რესპონდენტებთან ეთიკური და კორექტული ურთიერთობების

კომპეტენცია; მათი კონფიდენციალობის შენარჩუნება და ზიანის მიყენებისგან დაცვა; მკვლევრის მიუკერძოებლობა და კეთილსინდისიერება. ამდენად, მაგისტრანტს მოეთხოვება პროფესიული ღირებულებების განმტკიცებაში წვლილის შეტანა.

თ) სწავლის შედეგების მიღწევის მეთოდები:

წიგნზე მუშაობის მეთოდი - საკვლევ სფეროში არსებული უახლესი ლიტერატურის გაცნობა-დამუშავება, შემოქმედებითად გააზრება და მის საფუძველზე საკუთარი ემპირიული კვლევისთვის თეორიული ჰიპოთეზების შემუშავება.

წერითი მუშაობის მეთოდი - კვლევის მონაცემების წარდგენა სხვადასხვა ჟანრის აკადემიური ნაშრომის სახით, როგორცაა არგუმენტირებული ესე, ანალიტიკური რეფერატი, რეცენზია და სხვ.

პრაქტიკული მეთოდები - ემპირიული კვლევის დამოუკიდებლად დაგეგმვა და წარმართვა და მისთვის ადეკვატური კვლევის მეთოდების შერჩევა-გამოყენება (ინტერდისციპლინურობის და მულტიმეთოდურობის პრინციპების გათვალისწინებით).

დისკუსია-დებატები - მომიჯნავე სფეროების მაგისტრანტებთან დისკუსიების წარმართვის უნარი; სწავლების ქვედა საფეხურზე მყოფი სტუდენტების დისკუსიებში ჩართვისა და მათი მოდერაციის უნარი; დარგის სპეციალისტებთან დისკუსია-დებატების წარმართვა, საკუთარი არგუმენტების ნათლად ფორმულირების და დამაჯერებელი მხარდაჭერით გამყარების, აგრეთვე ოპონენტის არგუმენტების დასაბუთებულად უკუგდების საფუძველზე.

ჯგუფური მუშაობა - გუნდური მუშაობის პრაქტიკა სხვა სტუდენტებთან ერთად მცირემასშტაბური რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევების დაგეგმვის და ჩატარების საფუძველზე.

პრობლემაზე დაფუძნებული სწავლება - საკვლევ პრობლემის სწორად დასმა და მის გადასაჭრელად ადეკვატური საკვლევ ინსტრუმენტების შერჩევა; პრობლემის გადაჭრის არსებული გზების ინოვაციური ხედვით გამდიდრება.

შემთხვევის ანალიზი (Case Study) - საკვლევ საკითხთან მიმართებაში სხვა ქვეყნების და რეგიონების რეალობიდან მსგავსი შემთხვევების კომპარატიული ანალიზი, საკუთარი რეგიონის და საზოგადოების რეალობიდან მსგავსი შემთხვევების კომპარატიული ანალიზი, საკუთარი შემთხვევის ინტერპრეტაცია და კრიტიკული შეფასება ზემოთგანხილული შემთხვევების კონტექსტში.

ი) სტუდენტის ცოდნის შეფასების სისტემა:

სტუდენტის ცოდნა ფასდება 100-ქულიანი სისტემით. მინიმალურ შეფასებას წარმოადგენს 51 ქულა.

- (A) 91 -100 ფრიადი
- (B) 81 -90 ძალიან კარგი
- (C) 71 -80 კარგი
- (D) 61 -70 დამაკმაყოფილებელი
- (E) 51 - 60 საკმარისი
- (FX) 41 - 50 ვერ ჩააბარა, სტუდენტს ეძლევა საბოლოო გამოცდის ერთხელ გადაბარების უფლება
- (F) 0 – 40 ჩაიჭრა, სტუდენტმა კრედიტის მიღებისთვის თავიდან უნდა გაიაროს კურსი.

სამაგისტრო ნაშრომის შეფასების სისტემა:

- რეცენზენტის შეფასება - 40%
- ხელმძღვანელის შეფასება - 30%
- პრეზენტაციის შეფასება - 30%

შეფასების აუცილებელი კომპონენტია სადიპლომო ნაშრომის წინასწარი წარდგენა (დაცვამდე ორი თვით ადრე), რომლის საფუძველზე მიიღება გადაწყვეტილება, მზადაა თუ არა სტუდენტი, დასაცავად წარადგინოს სადიპლომო ნაშრომი.

კ) სასწავლო გეგმა, სწავლების ორგანიზების თავისებურებების მითითებით

პროგრამის სტრუქტურა

(120 კრედიტი: 50 - სავალდებულო, 30 - არჩევითი, 10 - თავისუფალი, 30 - სამაგისტრო ნაშრომი)

| კურსი | სავალდებულო | არჩევითი |
|-------|--|---|
| 1 | მედიის და კომუნიკაციის სოციოლოგია (ა. ბერძენიშვილი) | ინფორმაციული საზოგადოების თეორიები (ა. ბერძენიშვილი) |
| 2 | კომუნიკაციის სოციოლოგიური თეორიის საფუძვლები (ა. ბერძენიშვილი) | სუბკულტურა - თეორიული მიდგომები, ემპირიული კვლევები (ლ. წულაძე) |
| 3 | მედია და ხელისუფლება (ი. ანთაძე) | კულტურის სემიოტიკა (ლ. წულაძე) |

| | | |
|----|---|--|
| 4 | კულტურა და სოციალური კვლევის მეთოდოლოგია (ლ. სურმანიძე) | ელექტრონული პიარი (რ. შინჯიკაშვილი) |
| 5 | კულტურა და იდენტობები ცვალებად საზოგადოებაში (ლ. წულაძე) | რეკლამა და პროდუქტის დამკვიდრება (დაწინაურება) (ლ. იაკობიშვილი) |
| 6 | ეროვნული იდენტობა და ნაციონალიზმი თანამედროვე მსოფლიოში (ლ. წულაძე) | რელიგიის ანთროპოლოგია (ქ. ხუციშვილი) |
| 7 | სოციალური თეორიები (კლასიკური და თანამედროვე) (ა. ბერძენიშვილი) | ვიზუალური ანთროპოლოგია (ქ. ხუციშვილი) |
| 8 | რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევის მეთოდები (ლ. წულაძე) | ემოცია და კულტურა (თ. აბაშიძე) |
| 9 | მონაცემთა ანალიზი IBM.SPSS-ის გამოყენებით (ლ. ხეჩუაშვილი) | იმიჯმეიკინგი (ფ. ესებუა) |
| 10 | პროფესიული პრაქტიკა | ლიდერობა და ადამიანთა მართვის ხელოვნება (ნ. ხარაძე) |
| 11 | | კულტურის პოსტმოდერნული ტრანსფორმაციები (ა. ყულიჯანაშვილი) |
| 12 | | გენდერის სოციალურ-პოლიტიკური თეორია და პრაქტიკა (ლ. გაფრინდაშვილი) |
| 13 | | ფსიქოლოგიური ანთროპოლოგია (ლ. სურმანიძე) |
| 14 | | ფსიქოსემანტიკა. ფსიქოსემანტიკური კვლევები (ლ. სურმანიძე) |

(სტუდენტს მოეთხოვება 10 სავალდებულო და 8 არჩევითი საგნის გავლა (მათ შორის 2 საგანი თავისუფალი კრედიტიდან). ასარჩევად მიეწოდება 14 საგანი. თავისუფალი კრედიტების გამოყენება შეუძლია როგორც არჩევითი საგნების წარმოდგენილი სიიდან მისთვის საინტერესო საგნების, ისე იმ საგნების არჩევის საფუძველზე, რომლებიც არაა წარმოდგენილი მოცემულ კურიკულუმში).

ლ) პროგრამის ხელმძღვანელები:

ამირან ბერძენიშვილი - სრული პროფესორი, სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი;
 ლია წულაძე - ასოცირებული პროფესორი, სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი.

პროგრამაში ჩართული აკადემიური პერსონალიდან (13 ადამიანი) მოწვეული პედაგოგების რაოდენობა შეადგენს 4 ადამიანს (ი. ანთაძე, რ. შინჯიკაშვილი, ლ. იაკობიშვილი და ფ. ესებუა).

მ) დასაქმების სფეროები:

სამთავრობო და არასამთავრობო, ადგილობრივი და საერთაშორისო ორგანიზაციები, სამეცნიერო/კვლევითი ცენტრები, პოლიტიკური კონსულტაციის ცენტრები, მასმედიის საშუალებები, პრესცენტრები, საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურები. მაგისტრატურის კურსდამთავრებულებს ექნებათ შესაბამისი საფუძველი დოქტურანტურაში სწავლის გასაგრძელებლად.

ნ) დამატებითი ინფორმაცია:

სამაგისტრო პროგრამას შესაძლებლობა აქვს, მოემსახუროს 10-12 სტუდენტს.

სამაგისტრო პროგრამას აქვს ანალოგიები მსოფლიოს არაერთ უნივერსიტეტში, მათ შორის განსაკუთრებით აღსანიშნავია მედიის, კულტურის და ახალი ტექნოლოგიების კვლევითი მიმართულება კემბრიჯის უნივერსიტეტის სოციოლოგიის დეპარტამენტში, რომელსაც ინფორმაციული საზოგადოების თეორიის ავტორი მანუელ კასტელსი ხელმძღვანელობს და წამყვანი სპეციალისტია კულტურის სოციოლოგიაში ახალი პარადიგმის ფუძემდებლად ცნობილი ჯეფრი ალექსანდერი:

<http://www.sociology.cam.ac.uk/research/mediaculture.html>

აღსანიშნავია ლანკასტერის უნივერსიტეტის სოციოლოგიის დეპარტამენტის მედიის და კულტურის სამაგისტრო პროგრამა, რომელიც საკმაოდ პოპულარულია ბრიტანეთში:

<http://www.lancaster.ac.uk/sociology/prospective/ma/degrees/media&cultural.htm>

საერთაშორისო სტუდენტებს შორის კი განსაკუთრებული პოპულარობით სარგებლობს კულტურის, მედიის და ხელოვნების სოციოლოგიის სამაგისტრო პროგრამა როტერდამის ერასმუსის უნივერსიტეტში:

<http://www.mastersportal.eu/studies/15237/sociology-of-culture-media-and-the-arts.html>

2. ა) სილაბუსები (იხ. დანართი 1)

ბ) ინფორმაცია ადამიანური რესურსების შესახებ (იხ. დანართი 2)

გ) ინფორმაცია მატერიალური რესურსების შესახებ:

სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა, ბიბლიოთეკები და რესურს-ცენტრები.

დ) პროგრამის დამტკიცების აქტი: იხ. სხდომის ოქმი.

სამაგისტრო პროგრამის სტრუქტურა

120 კრედიტი (ECTS)

სავალდებულო კურსები– 50 კრედიტი (ECTS) + არჩევითი 30 კრედიტი (ECTS)+თავისუფალი 10 კრედიტი (ECTS) +სამაგისტრო ნაშრომი 30 კრედიტი (ECTS)

| კოდ | სასწავლო კურსის დასახელება | კრედიტების რაოდენობა ECTS | სტუდენტის საკონტაქტო მუშაობის საათები სემესტრში | | სტუდენტის დამოუკიდებელი მუშაობის საათები სემესტრში | | | საგანზე დაშვების წინაპირობა | სწავლების სემეტრი | | ლექტორი/ლექტორები | |
|-----|----------------------------|------------------------------|---|--------------------------|--|---|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------|-------------------|-----------|
| | | | ლექცია | სამუშაო ჯგუფი / პრაქტიკა | დასკვნითი გამოცდის მომზადება | შუალედური გამოცდის/გამოცდების მომზადება | დასკვნითი გამოცდის მომზადება | | დასკვნითი გამოცდის ჩაბარება | შემოდგომა | | გაზაფხული |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|----|----|----|-------|-----|---|--------------------|---|---|--|
| 1 | კომუნიკაციისა და მედიის სოციოლოგია | 5 | 15 | 15 | 65 | 20 | 8 | 2 | წინაპირობის გარეშე | ✓ | | ა. ბერძენიშვილი |
| 2 | სოციალური კვლევის რაოდენობრივი და თვისებრივი მეთოდები | 5 | 15 | 15 | 93 | --- | --- | 2 | წინაპირობის გარეშე | ✓ | | ლ. წულაძე |
| 3 | კულტურა და სოციალური კვლევის მეთოდოლოგია | 5 | 15 | 30 | 62 | 6 | 9 | 3 | წინაპირობის გარეშე | ✓ | | ლ. სურმანიძე |
| 4 | კულტურა და იდენტობები ცვალებად საზოგადოებაში | 5 | 15 | 15 | 58 | 20 | 15 | 2 | წინაპირობის გარეშე | | ✓ | ლ. წულაძე |
| 5 | სოციალური თეორიები (კლასიკური და თანამედროვე მიდგომები) | 5 | 15 | 30 | 60 | 10 | 8 | 2 | წინაპირობის გარეშე | | ✓ | ა. ბერძენიშვილი |
| 6 | მონაცემთა ანალიზი IBM.SPSS_ის გამოყენებით | 5 | 15 | 15 | 76 | 3+3 | 10 | 3 | წინაპირობის გარეშე | | ✓ | ლ. ხეჩუაშვილი |
| 7 | ეროვნული იდენტობა და ნაციონალიზმი თანამედროვე მსოფლიოში | 5 | 15 | 15 | 58 | 10+10 | 15 | 2 | წინაპირობის გარეშე | | ✓ | ლ. წულაძე |
| 8 | კომუნიკაციის სოციოლოგიური თეორიის საფუძვლები | 5 | 15 | 15 | 67 | 8+8 | 10 | 2 | წინაპირობის გარეშე | ✓ | | ა. ბერძენიშვილი |
| 9 | მედია და ხელისუფლება | 5 | 15 | 15 | 75 | 10 | 8 | 2 | წინაპირობის გარეშე | ✓ | | ი. ანთაძე |
| 10 | პროფესიული პრაქტიკა | | | | | | | | | ✓ | | ა. ბერძენიშვილი (ISDI), ლ. წულაძე (CSS), ი. ანთაძე (სგი) |

| | | | | | | | | | | | | |
|------|---|----|----|----|----|----|----|---|---|--|---|--------------|
| 1-5 | არჩევითი საგნები (გაზაფხული): 1. ლიდერობა და ადამიანთა მართვის ხელოვნება 2. იმიჯმეიკინგი 3. ფსიქოსემანტიკა 4. ვიზუალური ანთროპოლოგია 5. ფსიქოლოგიური ანთროპოლოგია | 10 | | | | | | | სტუდენტს შეუძლია აირჩიოს 2 ხუთკრედიტიანი საგანი შეთავაზებული საგნებიდან: | | ✓ | |
| | ლიდერობა და ადამიანთა მართვის ხელოვნება | 5 | 15 | 30 | 67 | 6 | 8 | 2 | კულტურის და მედიის სოციოლოგია | | ✓ | ნ. ხარაძე |
| | იმიჯმეიკინგი | 5 | 15 | 15 | 75 | 10 | 8 | 2 | კულტურის და მედიის სოციოლოგია | | ✓ | ფ. ესებუა |
| | ფსიქოსემანტიკა | 5 | 15 | 30 | 56 | 12 | 10 | 2 | ფსიქოლოგიური ანთროპოლოგია | | ✓ | ლ. სურმანიძე |
| | ვიზუალური ანთროპოლოგია | 5 | 30 | 15 | 60 | 8 | 9 | 3 | კულტურული და სოციალური ანთროპოლოგია | | ✓ | ქ. ხუციშვილი |
| | ფსიქოლოგიური ანთროპოლოგია | 5 | 15 | 30 | 56 | 9 | 12 | 3 | ფსიქოლოგიური ანთროპოლოგია | | ✓ | ლ. სურმანიძე |
| 6-14 | არჩევითი საგნები (შემოდგომა): 6. სუბკულტურა – თეორიული მიდგომები, ემპირიული კვლევები 7. კულტურის სემიოტიკა 8. ინფორმაციული საზოგადოების თეორიები 9. კულტურის პოსტმოდერნული ტრანსფორმაციები 10. გენდერის სოციალურ-პოლიტიკური თეორია და პრაქტიკა | 30 | | | | | | | სტუდენტს შეუძლია აირჩიოს 2 ან 3 (თავისუფალი კრედიტების გამოყენებით) ხუთკრედიტიანი საგანი შეთავაზებული საგნებიდან შემოდგომის თითოეულ | | ✓ | |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|----|----|----|----|----|---|-------------------------------------|---|--|------------------|
| | 11. რელიგიის ანთროპოლოგია 12. ემოცია და კულტურა 13. ელექტრონული პიარი 14. რეკლამა და პროდუქტის დამკვიდრება (დაწინაურება) | | | | | | | | სემესტრში: | | | |
| | სუბკულტურა – თეორიული მიდგომები, ემპირიული კვლევები | 5 | 15 | 15 | 58 | 20 | 15 | 2 | კულტურის და მედიის სოციოლოგია | ✓ | | ლ. წულაძე |
| | კულტურის სემიოტიკა | 5 | 15 | 15 | 58 | 20 | 15 | 2 | კულტურის და მედიის სოციოლოგია | ✓ | | ლ. წულაძე |
| | ინფორმაციული საზოგადოების თეორიები | 5 | 15 | 30 | 60 | 10 | 8 | 2 | კულტურის და მედიის სოციოლოგია | ✓ | | ა. ბერმენიშვილი |
| | კულტურის პოსტმოდერნული ტრანსფორმაციები | 5 | 30 | 30 | 45 | 8 | 9 | 3 | სოციოლოგია | ✓ | | ა. ყულიჯანაშვილი |
| | გენდერის სოციალურ-პოლიტიკური თეორია და პრაქტიკა | 5 | 15 | 15 | 65 | 12 | 16 | 2 | სოციოლოგია | ✓ | | ლ. გაფრინდაშვილი |
| | რელიგიის ანთროპოლოგია | 5 | 30 | 15 | 60 | 8 | 9 | 3 | კულტურული და სოციალური ანთროპოლოგია | ✓ | | ქ. ხუციშვილი |
| | ემოცია და კულტურა | 5 | 15 | 15 | 77 | 4 | 12 | 2 | ფსიქოლოგიური ანთროპოლოგია | ✓ | | თ. აბაშიძე |
| | ელექტრონული პიარი | 5 | 15 | 15 | 60 | 20 | 12 | 3 | კულტურის და მედიის სოციოლოგია | ✓ | | რ. შინჯიკაშვილი |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|----|----|----|----|----|----|---|----------------------------------|---|---|----------------|
| | რეკლამა და პროდუქტის დამკვიდრება (დაწინაურება) | 5 | 15 | 15 | 65 | 16 | 12 | 2 | კულტურის და მედიის სოციოლოგია | ✓ | | ლ. იაკობიშვილი |
| 15 | სამაგისტრო ნაშრომი | 30 | | | | | | | | | ✓ | |