



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

Пермский национальный исследовательский политехнический университет
Гуманитарный факультет
Кафедра иностранных языков и связей с общественностью

**Методические указания
для самостоятельной работы по дисциплине
«Социология массовых коммуникаций»**

Направление подготовки	42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Профиль	Связи с общественностью и реклама
Квалификация выпускника	Бакалавр
Выпускающая кафедра	Иностранные языки и связи с общественностью
Форма обучения	очная

Пермь 2017

Составитель: к.полит.н., доцент Ю.Ю. Лекторова

Методические указания предназначены для бакалавров направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» подготовлены, профиль «Связи с общественностью и реклама». Методические указания содержат перечень тем самостоятельных работ по дисциплине «Социология массовой коммуникации», методические рекомендации по выбору темы, подбору литературы, сбору и обработке источников и материалов, а также по написанию работы.

В методическом пособии приводятся образцы оформления титульного листа, библиографических ссылок, списка использованной литературы.

© Пермский
национальный исследовательский
политехнический университет, 2017
© Ю.Ю. Лекторова

Содержание

Введение	4
1. Основные требования к выполнению самостоятельной работы	
2. Порядок выполнения самостоятельной работы	8
2.1. Выбор темы	
2.2. Постановка целей и задач	
2.3. Определение тематического перечня литературы	
2.4. Изучение литературы и источников	
2.5. План самостоятельной работы	
2.6. Структурирование подготовленных материалов	
2.7. Написание текста	
2.8. Оформление самостоятельной работы	
3. Тематика самостоятельных работ	10
4. Перечень основной и дополнительной учебной литературы	11
4.1. Основная литература	
4.2. Дополнительная литература	
4.3. Периодические издания и интернет-ресурсы	
Приложение 1. Форма титульного листа	12
Приложение 2. Оформление оглавления	13
Приложение 3. Оформление списка литературы	14
Приложение 4. Оформление ссылок в тексте работы	15

ВВЕДЕНИЕ

Цель учебной дисциплины - *формирование* комплекса знаний, умений и навыков в области социологии массовых коммуникаций.

В процессе изучения данной дисциплины студент расширяет и углубляет следующие компетенции:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникативных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

Задачи учебной дисциплины:

- *изучение* особенностей функционирования массовой коммуникации в обществе; влияния СМК на индивида, социум, общественное мнение; основных социологических методов, с помощью которых можно получить представление о качественных и количественных характеристиках основных звеньев коммуникативной цепи;
- *формирование* комплекса знаний о существовании в современном обществе информационной индустрии как социального института; навыков понимания зависимостей между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и деятельностью в сфере связей с общественностью;
- *формирование* представлений о массовых коммуникациях как социальном институте, развитие которого тесно связано с развитием человеческой цивилизации (со сменой основных социо-, политических и экономических укладов, с технологическими и техническими революциями).

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Модуль 1. Социология массовой коммуникации: функциональный подход.

Раздел. 1. Социология массовой коммуникации: функциональный подход.

Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации. Предмет и объект социологии массовой коммуникации. Интегрированный характер социологии массовой коммуникации. Структура социологии массовой коммуникации. Социологические методы изучения массовой коммуникации. Сфера практического применения социологии коммуникаций: социальный менеджмент, кадровый консалтинг, связи с общественностью.

Тема 2. Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход. Технологические и социальные революции как фактор изменений в средствах и функциях массовой коммуникации. Этапы развития коммуникации в первобытном, аграрном, индустриальном и

современном обществах. Концепция современного информационного общества.

Тема 3. Основные концепции массовой коммуникации. Исследовательская деятельность американского ученого В. Липпмана и «теория волшебной пули» Г. Лассуэлла. Понятие «индустрии культуры» немецких ученых Т. Адорно и М. Хоркхаймера. Теория «минимального эффекта» П. Лазарсфельда. Концепция всеобщей социальной ответственности У. Шрама. Структуралистский подход Т. Иглтона. «Теория культивирования» Дж. Гербнера. «Спираль молчания» Э. Нойль-Ноймана. Развитие социологии массовой коммуникации в отечественных исследованиях.

Тема 4. Передача информации в процессе коммуникации. Виды социальной коммуникации: межличностная, публичная (специальная), массовая. Социальные функции массовой коммуникации.

Модуль 2. Социология массовой коммуникации в системе социологического знания.

Раздел 1. Массовая коммуникация как система деятельности

Тема 5. Массовая коммуникация как социальный процесс: формирование духовно-практических значений. Социальная информация. Моделирование информации с помощью средств массовой коммуникации. Эффекты массовой коммуникации. Условия возникновения эффективной коммуникации.

Тема 6. Массовая аудитория как объект массово-коммуникативного воздействия. Массы и особенности массового общества: теоретическое наследие Г. Лебона, Г. Тарда, Г. Блумера, Д. Рисмена. Социология поведения массовой аудитории. Характеристики массовой аудитории как приемника информации. Формы и методы массово-коммуникативного воздействия на аудиторию.

Тема 7. Социологический анализ массовой коммуникации: роль субъектов. Массовая коммуникация как реализация интересов разных социальных субъектов. Субъекты массово-коммуникативной деятельности современной России. Социальный статус, роль, престиж как неотъемлемые элементы социальной коммуникации.

Тема 8. Массовое сознание как объект деятельности массовой коммуникации. Общественное мнение как состояние массового сознания.

Раздел 2. Институциональный аспект массовой коммуникации.

Тема 9. Массовая коммуникация как социальный институт. Социальные институты общества. Признаки социальных институтов. Специфические черты СМИ как социального института. Нормативно-правовое регулирование массовой коммуникации. Этические нормы и кодексы журналистов.

Тема 10. СМИ как «четвертая власть». Формы сосуществования государства и средств массовой коммуникации. Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства. Правительственные, оппозиционные и независимые СМИ. Способы контроля над властью. Место прессы в способах

контроля. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности. Понятие информационной безопасности.

Тема 11. Структура системы средств массовых коммуникаций. Возникновение книгопечатания. Массовая коммуникация как совокупность каналов передачи информации: печать, радио, телевидение. Жанры в структуре средств массовых коммуникаций: репортаж, интервью, социологическое резюме, фельетон.

Тема 12. Интернет в системе средств массовой коммуникации.

Модуль 3. Анализ и обобщение массовой информации

Раздел 1. Техника и технология сбора и обработки массовой информации

Тема 13. Социологическое исследование массовой коммуникации. Структура социологического исследования. Этапы организации исследовательской работы. Функции социологических исследований массовой коммуникации.

Тема 14. Направления и методы эмпирических исследований массовой коммуникации: социометрия, объектом исследования которой является массовая аудитория, и медиаметрия, объектом анализа которой являются средства массовой коммуникации. Качественные и количественные методы анализа.

Тема 15. Социологическое исследование: комплекс аналитических и практических мероприятий. Программа социологического исследования. Алгоритм исследовательской работы и техника сбора информации при анализе общественного мнения. Анализ и обобщение массовой информации – группировка и эмпирическая типологизация.

Тема 16. Опрос как основная техническая процедура сбора массовой информации. Специфика анкетного опроса. Фокус-группа как разновидность опросного метода сбора массовой информации. Современная технология сбора информации в виде он-лайн опросов. Метод интервью при сборе массовой информации.

Тема 17. Методы формализованного анализа массовой текстовой информации. Анализ содержания печатных изданий в исследованиях Дж. Спида, Д. Уилкокса, Д. Уилли, Г. Лассуэла. Виды формализованного анализа содержания документов. Типы контент-анализа в интерпретации Р. Мертона. Тесты для анализа содержания текстов Г. Лассуэла. Основные процедуры контент-анализа.

1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Согласно ФОС ОПОП (Общая часть) самостоятельная работа бакалавров по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» может быть реализована в виде следующих оценочных средств (табл. 1).

Таблица 1. Виды самостоятельной работы студента

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Текущий контроль			
1	Реферат	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Рекомендуется для оценки знаний и умений студентов.	Темы рефератов
2	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы. Рекомендуется для оценки знаний, умений и владений студентов.	Темы докладов, сообщений
3	Защита индивидуального задания	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся, направленная на оценку уровня освоения результатов обучения по дисциплине (знания, умения, навыки) в виде устного опроса по выполненному материалу индивидуального задания. Рекомендуется для оценки знаний, умений и владений студентов.	Темы индивидуальных заданий и требования к их защите.
Рубежный контроль			
4	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы. Рекомендуется для оценки знаний, умений и владений, а также отдельных дисциплинарных компетенций студентов.	Задания для решения кейс-задачи
5	Рубежная контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по разделу или модулю учебной дисциплины. Рекомендуется для оценки знаний, умений и владений студентов.	Комплект контрольных заданий по вариантам
6	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся. Рекомендуется для оценки умений и владений студентов.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
7	Репортаж, пресс-релиз, коммерческое предложение и пр.	Средство, позволяющее оценить умение и владение обучающимся письменными текстами, функционирующими в сфере рекламы и связей с общественностью. Рекомендуется для оценки знаний и умений студентов.	Тематика предлагаемых жанров
8	Проект в рамках учебного курса	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся. Рекомендуется для оценки знаний, умений и владений студентов в предметной или межпредметной областях.	Темы типовых групповых и/или индивидуальных проектов

Самостоятельная работа по дисциплине «Социология массовой коммуникации» выполняется в виде рефератов (письменных работ) и творческих заданий (письменных работ) по темам практических занятий.

Самостоятельная работа выполняется на основе изучения литературы (коллективных произведений, монографий, статей и др.), в которых предметом специального

рассмотрения является тема самостоятельной работы, а также на основе анализа нормативных правовых актов.

Работа должна содержать:

- обоснование актуальности темы, формулировку целей и задач;
- степень разработанности проблемы, характеристика объекта исследования;
- изложение содержания методов получения, обработки и анализа информации, используемых в самостоятельной работе;
- результаты анализа и исследовательской деятельности;
- выводы, сформулированные студентом по результатам работы, их обоснование.

2. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Рекомендуется выполнять работу по следующим этапам:

- выбор темы;
- постановка целей и задач;
- определение тематического перечня литературы;
- изучение литературы; составление плана;
- структурирование подготовленных материалов в соответствии с планом;
- написание текста, оформление работы.

2.1. Выбор темы

Выбор темы осуществляется самостоятельно, с учетом своих научно-познавательных и практических интересов из перечня, предлагаемого в методических указаниях ниже.

2.2. Постановка целей и задач

После того, как Вы выбрали тему, необходимо сформулировать цель и задачи самостоятельной работы, основной круг исследуемых проблем, общий план и порядок изучения темы. Если возникают трудности на этом этапе, проконсультируйтесь у преподавателя.

2.3. Определение тематического перечня литературы

Подбор литературы следует начинать с ознакомления с предметным и систематическим каталогами библиотеки (возможно использование и электронного каталога). Библиотека ПНИПУ предусматривает такую возможность – см. <http://zgate.pstu.ru/>. При поиске можно пользоваться также и ресурсами электронной библиотеки ПНИПУ – см. <http://elib.pstu.ru/>. Подбор литературы завершается составлением сводного списка литературы, подлежащей изучению. В него также могут быть включены энциклопедические и справочные издания, сборники документов и материалов, а также специальные научные материалы и исследования. Определитесь также с перечнем необходимых для выполнения самостоятельной работы нормативных правовых актов. Для этого используйте справочно-поисковую систему КонсультантПлюс. <http://www.consultant.ru/>

2.4. Изучение литературы и источников

Основным условием качественного выполнения Вашей работы является серьезное изучение литературы по избранной теме.

При чтении литературы главное внимание следует уделить, прежде всего, тем разделам, главам, параграфам книг или статей, которые непосредственно связаны с планом самостоятельной работы. При этом важно выявить особенности трактовки одних и тех же вопросов разными авторами, высказываемые ими оригинальные идеи, гипотезы, технические способы и приемы исследования, которыми они пользуются, а также систему их аргументации и доказательств.

2.5. План самостоятельной работы

В целях лучшей организации работы, последовательности изложения материала и аргументации составляется план работы. Содержательно план определяет основные направления, узловые вопросы, выстраивает логику раскрытия темы. В процессе сбора и анализа материала план может уточняться.

План отражает структуру работы, которая включает введение, основную часть и заключение. Все они должны быть органически связаны между собой и подчинены целям и задачам самостоятельной работы.

2.6. Структурирование подготовленных материалов

На основании выполненного плана предстоит, прежде всего, дальнейшее более детальное и полное изучение литературы. Студенту также необходимо приступить к структурированию всех подготовленных материалов, подготовив план-конспект будущей работы. План-конспект представляет собой развернутый, более сложный план будущей работы. В нем прописываются основные содержательные линии, которые в готовом тексте будут детализированы.

2.7. Написание текста

При написании текста следует руководствоваться следующими рекомендациями:

- 1) Объем самостоятельной работы – 8-10 страниц текста.
- 2) Введение (1-2 страницы) содержит обоснование выбора темы, формулировку целей и задач самостоятельной работы, краткую характеристику использованных НПА и литературы, объект, предмет, методы работы.
- 3) Основная часть самостоятельной работы должна составлять примерно 80% всего объема работы. В ней излагаются и обосновываются вопросы, предусмотренные планом. В конце каждого параграфа и основной части в целом должны содержаться обобщения и выводы.
- 4) В заключении излагаются выводы, оценки результата решения задач Вашей работы. Они должны быть четко сформулированы и обоснованы.

2.8. Оформление самостоятельной работы

Форматирование

Работа распечатывается

- на одной стороне листа бумаги 210 x 297 мм (формат А4) через 1,5 интервала,
- шрифт: гарнитура Times New Roman, кегль 14,
- центрирование текста – по ширине страницы; заголовков – по центру,
- абзацный отступ – 1,25 см.,
- поля: верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1 см.,
- цвет текста – Авто или Черный,
- каждая ГЛАВА начинается с новой страницы,
- все листы должны быть пронумерованы,
- титульный лист не нумеруется,
- отсчет страниц начинается с титульного листа, номер страницы на титульном листе не ставится,
- номер страницы ставится по центру нижнего поля листа, начиная с листа ОГЛАВЛЕНИЕ, которое нумеруется цифрой 2,
- в тексте используются кавычки «елочки». Не допускается применять кавычки “лапочки”,

- не допускается смешение знаков дефис «-», среднее тире «-» (ctrl + минус на боковой клавиатуре с цифрами) и длинное тире «—» (ctrl + alt+ минус на боковой клавиатуре с цифрами);
- из всех общепринятых сокращений в ВКР используется только сокращение «и т.д.», а все остальные – пишутся полностью (если отсутствует список используемых сокращений),
- при обозначении века используются только римские цифры. Например: «XX век»,
- инициалы и фамилия пишутся без пробелов. Например: «А.П.Чехов»,
- полные имена не пишутся, только инициалы,
- инициалы при фамилии обязательны.

Структура работы

При оформлении в работе выделяются следующие ее части:

- титульный лист;
- оглавление;
- основной текст;
- список использованной литературы;
- список нормативных правовых актов, приложения (если требуется).

Титульный лист выполняется на первой странице по стандарту (Приложение 1).

Оглавление помещается на второй странице и включает перечисление основных частей работы: введение, название и параграфов, заключение, приложения с указанием страниц (Приложение 2).

После заключения следует поместить список литературы, который Вы использовали при написании работы. Литература располагается в списке в определенной последовательности, как правило, в алфавитном порядке (Приложение 3).

Ссылки (сноски) на литературу обычно приводятся внизу страницы под чертой. Они нумеруются последовательно на каждой странице текста (Приложение 4).

3. ТЕМАТИКА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

3.1. Рефераты

Темы рефератов:
1 Сфера практического применения социологии массовой коммуникаций
2 Теория информационного общества в интерпретации Элвина Тоффлера
3 Социальная реклама в документальном кино
4. Четыре теории прессы в современном мире
5.Теория пропаганды в интерпретации Лассуэла
6.Теоретические взгляды У. Липпмана и Э. Бернейса на природу общественного мнения
7. Роль массовых коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости социума

3.2. Творческие задания

Темы творческих заданий:
1. Официальные поздравления в системе массовой коммуникации
2. Средства массовой информации в контексте создания благотворительного имиджа организации
3. Региональная информационная повестка дня
4. Формы подачи информационно-новостных материалов в системе массовой

4. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Перечень основной и дополнительной учебной литературы

4.1. Основная литература

1. Шарков Ф.И., Родионов А.А. Социология массовой коммуникации. Учебное пособие: В 2-х ч. — Техника и технология сбора и обработки информации. — М.: Издательский Дом «Социальные отношения», издательство «Перспектива», 2002. — 262 с.
2. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов: СПб.: Питер, 2003. — 400 с.
3. Наumenко Т. В. Социология массовой коммуникации: Учебное пособие. — СПб.: Питер, 2005. — 288 с.

4.2. Дополнительная литература

1. Конечкая В. П. Социология коммуникации. Учебник. — М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. — 304 с.
2. Кондратьева Я. В. Социология массовой коммуникации: Электронное учебное пособие. - СПб., СПбАУЭ, 2009.
3. Мартынов М. Ю. Социология массовой коммуникации: предмет и методы исследования : учеб. пособие / М. Ю. Мартынов, Е. В. Иванчихина ; Сургут. гос. ун-т. ХМАО – Югры. – Сургут : ИЦ СурГУ, 2008. – 159 с.

4.3. Список ресурсов Интернет

1. **Электронная библиотека** Научной библиотеки Пермского национального исследовательского политехнического университета [Электронный ресурс : полнотекстовая база данных электрон. документов изданных в Изд-ве ПНИПУ]. – Электрон. дан. (1 912 записей). – Пермь, 2014- . – Режим доступа: <http://elib.pstu.ru/>. – Загл. с экрана.
2. **Лань** [Электронный ресурс : электрон.-библ. система : полнотекстовая база данных электрон. документов по гуманит., естеств., и техн. наукам] / Изд-во «Лань». – Санкт-Петербург: Лань, 2010- . – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/>. – Загл. с экрана.
3. **Консультант Плюс** [Электронный ресурс : справочная правовая система : документы и комментарии : универсал. информ. ресурс]. – Версия Проф, сетевая. – Москва, 1992– . – Режим доступа: Компьютер. сеть Науч. б-ки Перм. нац. исслед. политехн. ун-та., свободный.

Форма титульного листа



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

Пермский национальный исследовательский политехнический университет
Гуманитарный факультет

Направление подготовки	42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»
Профиль	«Связи с общественностью и реклама»
Квалификация выпускника	бакалавр
Выпускающая кафедра	Иностранных языков и связей с общественностью
Форма обучения	очная

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА
(реферат / творческое задание)

по дисциплине «Социология массовой коммуникации»

на тему

«ТЕМА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ»

Выполнил
студент группы _____

(Фамилия, Имя, Отчество полностью)

Проверил
к.полит.н., доцент Ю.Ю. Лекторова

(подпись)

Пермь 2017

Пример оформления оглавления самостоятельной работы

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
1.	
1.1.	6
1.2.	7
2.	8
2.1.	9
2.2.	10
Заключение	
Список использованной литературы	11
Приложение 1.	12
Приложение 2.	13

Пример оформления списка использованной литературы**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Алешина, И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров и маркетеров: учебник / И.В. Алешина. – М.: Тандем, Гном-Пресс, 2007. – 256 с.
2. Аммельбург, Г. Предприятие будущего. Структура, методы и стиль руководства: учебник / Г. Аммельбург; пер. с нем. – М.: Международные отношения, 1996. – 414 с.
3. Багиев, Г.Л. Маркетинг и культура предпринимательства / Г.Л. Багиев, В.В. Томилов, З.А. Чернышева; под общ. ред. А.И. Муравьева. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1995. – 115 с.
4. Буари, Ф.А. Паблик рилейшнз или стратегия доверия / Ф.А. Буари; пер. с фр. Н.С. Добробабенко. – М.: ИМИДЖ-контакт : ИНФРА-М, 2001. – 178 с.
5. Внутренние коммуникации // Management & marketing universal business school. 2010. [URL:http://www.mmu-bs.com/media/protected/modules.pdf](http://www.mmu-bs.com/media/protected/modules.pdf) (дата обращения: 29.03.2016).
6. Гундарин, М.В. Книга руководителя отдела PR / М.В. Гундарин. – СПб.: Питер, 2006. – 368 с.
7. Каймакова, М. В. Коммуникации в организации: учебное пособие / М.В. Каймакова. – Ульяновск: УлГТУ 2008. – 73 с.
8. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер; под общ. Ред. Е.М. Пеньковой; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1991. – 511 с.
9. Морозова Н. А. Управление коммуникациями в организации // Вестник ВГУ (экономика и управление). – 2010. – №2. URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/econ/2010/02/2010-02-29.pdf> (дата обращения: 28.03.2016).

Пример оформления ссылок в тексте¹

Самым простым и распространенным способом оформления библиографических ссылок являются внутритекстовые ссылки:

- ссылка на использованный источник ставится в конце предложения в квадратных скобках с указанием фамилии автора и года издания источника,
- при дословном цитировании обязательно указание номера страницы источника, из которого взята цитата. Например:

Текст текст текст [Сегела 2006, с.25] текст текст текст.

или

Текст текст текст [Сегела 2006: 25] текст текст текст.

- точка в предложении со ссылкой на источники ставится ПОСЛЕ ссылки за квадратными скобками. Например:

Текст текст текст [Сегела 2006: 25].

- Отсутствие ссылки является нарушением авторских прав.
- Неверно оформленная ссылка считается серьезной ошибкой.
- Недопустимо использование различных видов ссылок в одной работе.

¹ ГОСТ 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления» <http://www.complexdoc.ru/text/ГОСТ%20Р%207.0.5-2008>