

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**  
Институт дополнительного профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ  
Директор института дополнительного  
профессионального образования  
  
/Ю.Г. Голуб/  
" " " 2020 г.

**Рабочая программа дисциплины  
МЕДИАКУЛЬТУРА И МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ  
В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Направление подготовки  
**38.03.04 – Государственное и муниципальное управление**

Профиль подготовки  
**Публичная деятельность органов государственной  
и муниципальной власти**

Год начала подготовки по учебному плану: **2019**


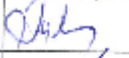

Квалификация (степень) выпускника

**Бакалавр**

Форма обучения

**Заочная**

Саратов,  
2019

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	Сайганова Елена Викторовна		
Председатель НМК	Гашпекоев Геннадий Александрович		
Заведующий кафедрой	Медведева Наталья Викторовна		
Специалист учебного управления	Коваленко Ольга Вячеславовна		

## **1. Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Медиакультура и медиапотребление в современном обществе» является подготовка студента бакалавра к формированию у него системных представлений об истории и теории культуры с точки зрения меняющихся и взаимодействующих средств коммуникации (медиа), обуславливающих трансформацию социально-экономических систем для осуществления муниципального и государственного заказа.

## **2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина «Медиакультура и медиапотребление в современном обществе» входит в состав вариативной части Блока 1. «Дисциплины (модули)», являясь дисциплиной по выбору. Обучение по данной дисциплине предполагает, что студент основывается на ранее полученных знаниях по истории, психологии, социологии управления, методах изучения общественного мнения. В свою очередь, знания, умения и навыки, полученные при изучении данной дисциплины, являются базой для прохождения преддипломной практики и написания ВКР.

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.**

Данная дисциплина способствует формированию следующей компетенции:

*владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения (ПК-11).*

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

### **Знать**

технологии формирования и продвижения имиджа и формирования общественного мнения на государственной и муниципальной службе медиасредствами.

### **Уметь**

использовать базовые технологии формирования общественного мнения в средствах масс-медиа на государственной и муниципальной службе.

### **Иметь навыки (приобрести опыт)**

формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы с помощью СМИ.

#### 4. Структура и содержание дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

##### 4.1.1. Структура дисциплины

№ п/п	Разделы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля Формы промежуточной аттестации
				Лекции	Практ. занятия	Семинары	КСР	
1	Тема 1. Введение в дисциплину.	8		1		3	22	Устный опрос; подготовка докладов, написание эссе
2	Тема 2 Основные исторические этапы развития медиа в России и за рубежом.	8		1		3	22	
3	Тема 3 Основные термины, теории, ключевые концепции, направления медиа.	8		1		3	22	
4	Тема 4. Формирование индустрии медиаисследования.	8		1		3	22	
5	Тема 5. Проблемы медиавосприятия и развития аудитории в области медиакультуры.	9				2	18	
6	Тема 6. Медиабизнес. Предпринимательская деятельность по удовлетворению потребностей людей в информации и развлечении.	9		1		2	19	
7	Тема 7. Исследования медиасреды. Социальность и медиа: сетевое общество: границы приватной сферы.	9		1		2	18	
8	<b>Всего</b>	<b>8 9</b>		<b>4 2</b>		<b>12 6</b>	<b>88 55</b>	

##### 4.1.2. Структура дисциплины по индивидуальному

**плану обучения в ускоренные сроки**

№ п/п	Разделы дисциплины	Се-местр	Не-деля семес-тра	Виды учебной работы, вклю-чая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы те-кущего контроля Формы промежу-точной ат-тестации
				Лек-ции	Практ. заня-тия	Семи-нары	КСР	
1	Тема 1. Введение в дисциплину.	2-3				2	22	Устный оп-рос; подготовка докладов, написание эссе
2	Тема 2 Основные исторические этапы развития медиа в России и за рубе-жом.	2-3				2	22	
3	Тема 3 Основные термины, теории, ключевые концеп-ции, направления медиа.	3		1		2	22	
4	Тема 4. Формиро-вание индустрии медиаисследо-вания.	3		1		1	22	
5	Тема 5. Проблемы медиавосприятия и развития аудитории в области медиа-культуры.	3				1	22	
6	Тема 6. Медиабиз-нес. Предпринима-тельская деятель-ность по удовле-творению потреб-ностей людей в ин-формации и развле-чении.	3		1		1	23	
7	Тема 7. Исследо-вания медиасреды. Социальность и ме-диа: сетевое обще-ство: границы при-ватной сферы.	3		1		1	20	
9	<b>Всего</b>	<b>3</b>		<b>4</b>		<b>10</b>	<b>153</b>	<b>4, зачет 9, экзамен</b>

## 4.2. Содержание дисциплины

### **Тема 1. Введение в дисциплину**

Проблематика медиа в контексте социально-гуманитарного знания. Понятия инкультурации, социализации, коммуникативного взаимодействия. Медиакультура как культура трансляции, распространения и интерпретации сообщений в контексте психофизических навыков и технических средств, характерных для той или иной исторической эпохи

### **Тема 2 Основные исторические этапы развития медиа в России и за рубежом.**

Медиа на материале прессы, фотографии и кино в 20-х гг. XX в. Кризис медиа в эпоху сталинского тоталитаризма в 30-х – 40-х гг. XX в. Возрождение медиа в эпоху «оттепельной» либерализации (1956–1968). Развитие «эстетического подхода» в медиа в 1970-е – 1980-е гг. Новый импульс развития медиа в конце 80-х – начале 90-х гг. XX в. Современные тенденции медиа в России. Творчество выдающихся российских медиапедагогов. Медиа за рубежом.

### **Тема 3 Основные термины, теории, ключевые концепции, направления медиа.**

Виды медиа (пресса, телевидение, кинематограф, видео, звукозапись, радио, Интернет). Документальные медиатексты (репортаж, очерк, портрет, интервью, публицистика, кинотелехроника и т.д.), их цели, задачи, функции. Научно-популярные медиатексты: популяризация научных идей. Просветительская и познавательная функция научно-популярных медиатекстов. Учебные медиатексты: отсутствие популяризации, расчет на профессиональную специфику аудитории. Игровые медиатексты (фильмы, телепередачи, видеоклипы, их специфика, тематическое многообразие и т.д.). Анимационные медиатексты (рисованные, объемные, аппликационные, силуэтные и др.), их роль, задачи, функции. Межвидовые связи и синтез видов медиа. Связь жанров аудиовизуальных медиа с жанрами литературы и театра. Специфика жанров игровых экранных искусств (трагедия, драма, мелодрама, комедия, детектив, триллер, мюзикл, ревью и др.). Понятие зрелищности жанра. Синтез жанров – характерное явление современной медиаккультуры. Условность жанровых делений. Основные понятия медиа и медиаобразования. Медиаобразование. Медиаграмотность. Медиакомпетентность. Медиатекст. Агентство. Категория медиа. Технология медиа. Язык медиа. Репрезентация. Аудитория. Критическое мышление. Медиавосприятие. «Инъекционная» (защитная, предохранительная) теория, идеологическая теория, культурологическая теория, семиотическая теория, теория развития критического мышления, практическая теория, эстетическая теория, социокультурная теория и другие теории медиаобразования. Их влияние и распространение в педагогических концепциях различных стран

#### **Тема 4. Формирование индустрии медиаисследований.**

Методология и методика медиаисследований. Медиаисследования: цели. Виды медиаисследований: академические, индустриальные, прикладные. История становления медиаисследований. «Соломенные опросы». Первый исследователи: Джордж Гэллап, Элмо Роупер, Арчибальд Кроссли, Хэдли Кэнтрил. Современные исследовательские компании: Nielsen Media Research, Taylor Nelson Sofres (TNS), AGB, GfK Group, Gallup, Arbitron, Комкон 2, Ромир мониторинг (Лазарсфельд, Артур Нильсон). Главные потребители результатов: транснациональные рекламодатели и рекламные агентства медиаисследований. Становление рынка медиаисследований в России. Особенности российского рынка медиаисследований: постоянно развивющийся спектр исследований; оснащение передовыми технологиями; интеграция в мировой рынок медиаисследований. Методологии методика медиаисследований. Структурно-функциональные подходы.

#### **Тема 5. Проблемы медиавосприятия и развития аудитории в области медиакультуры.**

Развитие медиаобразование в США, Канаде, Австралии, Великобритании, Франции и Германии в 20-х–30-х, 40-х–50-х, 60-х–70-х, 80-х–90-х гг. XX в. Роль ЮНЕСКО и Совета Европы в процессе медиаобразования. Международные конференции по медиаобразованию. Современные тенденции зарубежного медиаобразования. Тема 2.5 Информационная подготовка и медиаобразование Эволюция информационной подготовки и медиаобразования в России. Термины «информационная подготовка», «информационная культура». Социальные институты, причастные к информационной подготовке и медиаобразованию в России: органы власти, научные учреждения, образовательные 17 учреждения, библиотеки, библиотечные ассоциации, Ассоциация кинообразования и медиапедагогики России, Российский комитет Программы ЮНЕСКО «Информация для всех», СМИ, Интернет-СМИ и др. Проблемы информационной подготовки и медиаобразования в России. Общегосударственные задачи в сфере информационной подготовки и медиаобразования в России.

#### **Тема 6. Медиабизнес. Предпринимательская деятельность по удовлетворению потребностей людей в информации и развлечении.**

Особенности медиапродуктов. Ресурсы при производстве медиапродукции и затраты. Потребителей. Медиауслуги. Медиарынки. Медиарекламные исследования. Виды, типы, методы рекламных исследований. Этические корпоративные кодексы. Дети в исследованиях. Ответственность.

#### **Тема 7. Исследования медиасреды. Социальность и медиа: сетевое общество: границы приватной сферы.**

Понятие, сущностные характеристики. Структура медиасреды. Прогностические исследования медиасреды. Форсайт-проекты

## 5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины

Реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (семинаров в диалоговом режиме, дискуссий, компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий, результатов работы студенческих исследовательских групп, вузовских и межвузовских телеконференций) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Одной из основных активных форм обучения профессиональным компетенциям для ОПОП бакалавриата являются практические (семинарские) занятия. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах по дисциплине «Медиакультура и медиапотребление в современном обществе» составляет не менее 75 % аудиторных занятий.

Система проверки знаний по дисциплине «Медиакультура и медиапотребление в современном обществе» включает опрос, заслушивание и последующее обсуждение сообщений и докладов на семинарах, выполнение практических заданий.

В процессе преподавания по каждой теме используются различные активные формы обучения:

**Мультимедийная презентация.** Современная мультимедийная презентация – это один из самых перспективных обучающих инструментов, позволяющий одновременно задействовать графическую, текстовую и аудиовизуальную информацию. Иначе говоря, мультимедийные презентации представляют собой сочетание самых разнообразных средств представления информации, объединенных в единую структуру. Чередование или комбинирование текста, графики, видео и звукового ряда позволяет донести информацию по дисциплине «Всемирные экономические организации» в максимально наглядной и легко воспринимаемой форме.

Как показывает опыт, наиболее эффективным является создание двухкомпонентной мультимедийной презентации, где первая часть обычно представлена информативно, вторая – наполнена практическими примерами.

Широкий спектр вариантов возможного применения интерактивных презентаций обеспечивается многочисленными преимуществами и достоинствами мультимедиа, которые обеспечивают практически неограниченную универсальность использования мультимедийных презентаций.

Мультимедийная презентация Power Point - классический вариант мультимедийной презентации, основанной на демонстрации слайд-шоу. Этот вид презентаций отличается простотой использования и легкостью видоизменения содержания, основных параметров и настроек. Презентации PowerPoint необходимы для оптимизации учебного процесса, именно поэтому в настоящее время широко используются при проведении семинаров. Удобная слайдовая структура и возможность разместить достаточный объем

графической и текстовой информации. В состав данного вида презентаций включаются графические объекты типа диаграмм, организационных структур, фотографий и схем.

**Дискуссии.** Дискуссия – форма учебной работы, в рамках которой студенты высказывают своё мнение по проблеме, заданной преподавателем. Проведение дискуссий по проблемным вопросам подразумевает написание студентами эссе, тезисов или реферата по предложенной тематике.

**Деловые игры.** Деловая игра – метод имитации (подражания, изображения) принятия решений работниками в различных производственных ситуациях (в учебном процессе – в искусственно созданных ситуациях), осуществляемый по заданным правилам группой людей в диалоговом режиме. Деловые игры применяются в качестве средства активного обучения праву, экономике, бизнесу, познания норм поведения, освоения процессов принятия решения.

**Круглые столы.** Круглый стол – один из наиболее эффективных способов для обсуждения острых, сложных и актуальных на текущий момент вопросов в любой профессиональной сфере, обмена опытом и творческих инициатив. Такая форма общения позволяет лучше усвоить материал, найти необходимые решения в процессе эффективного диалога.

**Проблемное изложение.** Проблемное изложение – педагогический метод, при котором лекция становится похожей на диалог, преподавание имитирует исследовательский процесс.

**Адаптивные технологии, применяемые при изучении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.**

При изучении дисциплины студентами с инвалидностью и студентами с ограниченными возможностями здоровья могут использоваться следующие адаптивные технологии:

*1. Учет ведущего способа восприятия учебного материала.*

При нарушениях зрения студенту предоставляется возможность использования учебных и раздаточных материалов, напечатанных укрупненным шрифтом, использование опорных конспектов для записи лекций, предоставления учебных материалов в электронном виде для последующего прослушивания, аудиозапись. При нарушениях слуха студенту предоставляется возможность занять удобное место в аудитории, с которого в максимальной степени обеспечивается зрительный контакт с преподавателем во время занятий, использования наглядных опорных схем на лекциях для облегчения понимания материала, преимущественное выполнение учебных заданий в письменной форме (письменный опрос, тестирование, контрольная работа, подготовка рефератов и др.)

*2. Увеличение времени на анализ учебного материала.*

При необходимости для подготовки к ответу на практическом (семинарском) занятии, к ответу на зачете, экзамене, выполнению тестовых заданий студентам с инвалидностью и студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается в 1,5–2 раза по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.



3. *Создание благоприятной, эмоционально-комфортной атмосферы при проведении занятий, консультаций, промежуточной аттестации.*

При взаимодействии со студентом с инвалидностью, студентом с ограниченными возможностями здоровья учитываются особенности его психофизического состояния, самочувствия, создаются условия, способствующие повышению уверенности в собственных силах. При неудачах в освоении учебного материала, студенту с инвалидностью, студенту с ограниченными возможностями здоровья даются четкие рекомендации по дальнейшей работе над изучаемой дисциплиной (разделом дисциплины, темой).

Студенты-инвалиды и лица с ОВЗ имеют возможность в свободном доступе и в удобное время работать с электронными учебными пособиями, размещенными на официальном сайте <http://library.sgu.ru/> Зональной научной библиотеки СГУ им. Н.Г. Чернышевского, которая объединяет в базе данных учебно-методические материалы, полнотекстовые учебные пособия и хрестоматийные, тестовые и развивающие программы.

**6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.**

### **6.1. Темы докладов**

1. Устная речь и невербальная коммуникация: сходства и различия.
2. История письменности: от предметного письма к алфавитному.
3. Книга в античности, средневековье, Ренессансе.
4. Чтение как культурная практика, его разновидности.
5. История прессы и зарождение журналистики.
6. Книжная миниатюра: история возникновения, жанры и значение.
7. Лубок, плакат, комикс как виды изобразительных средств коммуникации.
8. Фотография как художественная форма и средство коммуникации.
9. Кинематограф в контексте оптических медиа конца XIX – начала XX вв.

### ***Вопросы для обсуждения:***

1. Фонограф, телефон, микрофон, радио как этапы развития аудиокультуры.
2. Этапы развития кинематографа.
3. История телевидения как технического средства связи, формы художественного выражения и способа конструирования события.
4. Понятие и художественное своеобразие оптической культуры.
5. Эволюция смысла термина «формат».
6. История телевидения как технического средства связи, формы художественного выражения и способа конструирования события.

7. История и теория Интернета.
8. Интернет, мультимедиа, конвергенция и новые медиа.
9. Коммуникативные особенности эпохи Web 2.0

## **6.2. Темы эссе**

1. Медиакультура информационного общества – это постмодернистская культура общества потребления.
2. Медиакультура информационного общества – это культура новой духовности.

## **6.3. Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету**

1. Сущность и содержание информационного общества.
2. «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации» о национальных интересах государства в сфере информации.
3. Информационная безопасность в сфере современных медиа.
4. Информационная политика государства, конкретного СМИ.
5. Медиакультура и визуальная экология.
6. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности.
7. Мотивационные переменные социального поведения.
8. Основные теории мотивации.
9. СМИ как лучший способ адаптации человека в обществе.
10. СМИ как пути преодоления фрустрации и диссонанса.
11. Теории М.Джеймса, Д.Джонгварда, Дж. Энрайта о восприятии пространства и времени.
12. Табуированные темы в современных медиа.
13. Роль массовой информации в воспроизводстве культуры.
14. Тенденции формирования массового общества.
15. Книга в структуре новых медиа. Гипертекст.
16. Модусы восприятия в медиареальности
17. Медиакультура - новый вектор информационной культуры
18. Исследовательские стратегии визуального
19. Визуальная экология как социальный проект
20. Визуальная политика и коммуникация в городской среде
21. Определение критериев качества визуальной среды
22. Город: политики репрезентации
23. Публичные пространства и город в эпоху новых медиа
24. СМИ как фактор формирования одномерного сознания в работе Г. Маркузе «Одномерный человек».
25. Критика СМИ в работах Н. Хомского
26. Тенденции формирования и функционирования российского рынка СМИ.
27. Системные характеристики современных российских медиа
28. Российская Федерация и мировое информационное пространство.

#### **6.4. Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену**

1. Современная медиакультура как совокупность книжной (печатной), аудиальной, визуальной и аудиовизуальной культур.
2. Основные тенденции развития медиакультуры как особого типа культуры информационного общества: теории и современная практика.
3. Медиакультура как интегратор среды российской модернизации на рубеже XX — XXI веков.
4. Эволюция медиакультуры: ее антропология и генезис.
5. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакommunikаций
6. История эмпирического изучения массмедиа. Теории и модели массовых коммуникаций.
7. Социально-психологические функции медиа в современном обществе.
8. Массмедиа и культура: эффекты взаимодействия.
9. Медиакультура как социально-психологический феномен.
10. Социальные представления о медиакультуре. Социальные функции медиакультуры.
11. Положение медиакультуры в поликультурном мире.
12. Теоретическая и практическая значимость исследования медиакультуры.
13. Влияние телевидения на когнитивное и эмоциональное развитие детей и молодежи. Эффекты телевидения.
14. Психологические особенности интернет-культуры.
15. Функции и типология эффектов воздействия Интернета.
16. Содержание понятия "виртуальная реальность". Феномен виртуального пространства.
17. Медиаиммунитет личности: структура и функции.
18. Медиакультура и понятия «экранной культуры», «киберкультуры».
19. Понятие «медийное искусство». Определение. Основные характеристики.
20. Медиакультура как многообразие и взаимодействие разных культур на этническом, национальном и цивилизационном уровнях.
21. Влияние медиакультуры на модернизационные процессы в обществе и мире.
22. Влияние медиакультуры на идентификацию человека. Понятие «планетарного» сознания.
23. Медиаинновации индустриального общества. Определение «клипкультуры».
24. Знаковая система медиакультуры.
25. Медиаменеджмент в управленческой культуре информационной эпохи.
26. Модели современного российского медиаобразования
27. Медиаисследования: цели и виды.

28. Особенности российского рынка медиаисследований.  
 29. Методология методика медиаисследований.  
 30. Структурно-функциональные подходы в медиаисследовании

## 7. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

Таблица 1.1. Примерная таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Се- местр	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Автоматизированное тестирование	Другие виды учебной деятельности	Промежуточная аттестация	Итого
8	10	0	30	20	0	10	30 (зачет)	100
9	5	0	25	20	0	10	40 (экзамен)	100

Таблица 1.2. Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности по индивидуальному плану обучения в ускоренные сроки

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Се- местр	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Автоматизированное тестирование	Другие виды учебной деятельности	Промежуточная аттестация	Итого
3	10	0	30	20	0	10	30 (зачет)	100
3	5	0	25	20	0	10	40 (экзамен)	100

### Программа оценивания учебной деятельности студента

#### 8 (3) семестр

##### *Лекции*

Посещаемость, опрос, активность и др. за один семестр – от 0 до 10 баллов.

##### *Лабораторные занятия*

Не предусмотрены.

##### *Практические занятия*

Контроль выполнения практических заданий, выступление на практических занятиях в течение одного семестра - от 0 до 30 баллов.

##### *Самостоятельная работа*

1. Подготовка доклада (от 0 до 10 баллов).
2. Написание эссе (от 0 до 10 баллов).

##### *Автоматизированное тестирование*

Не предусмотрены.

### *Другие виды учебной деятельности*

Самостоятельные исследования по дисциплине от 0 до 10 баллов.

### **Промежуточная аттестация (зачет)**

Ответ студента оценивается по следующим критериям:

- **21-30 баллов** – студент хорошо знает основные понятия дисциплины, социальные функции средств массовых коммуникаций в современном обществе; понимает роль их роль в формировании общественного мнения, может практически применять данные знания для продвижения имиджа государственной и муниципальной службы.
- **11-20 баллов** – студент знает основные теоретические положения дисциплины.
- **0-10 баллов** – студент имеет представление о некоторых понятиях дисциплины, неудовлетворительный ответ.

Таблица 2.1 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Медиакультура и медиапотребление в современном обществе» в оценку (зачет):

50 баллов и более	«зачтено» (при недифференцированной оценке)
меньше 50 баллов	«незачтено»

### **9 (3) семестр**

#### *Лекции*

Посещаемость, опрос, активность – от 0 до 5 баллов.

#### *Лабораторные занятия*

Не предусмотрены.

#### *Практические занятия*

Контроль выполнения практических заданий, выступление на практических занятиях в течение одного семестра - от 0 до 25 баллов.

#### *Самостоятельная работа*

Выполнение самостоятельной работы (написание эссе, докладов) – от 0 до 20 баллов.

#### *Автоматизированное тестирование*

Не предусмотрены.

### *Другие виды учебной деятельности*

Самостоятельные исследования по дисциплине от 0 до 10 баллов.

### **Промежуточная аттестация (экзамен)**

Ответ студента оценивается по следующим критериям:

- **31-40 баллов** – студент хорошо знает средства массовой коммуникации и их современные характеристики, может проводить самостоятельное социологическое исследование процессов массовой коммуникации, осуществлять взаимодействие со СМИ.
- **21-30 баллов** – студент хорошо знает основные характеристик медиакультуры и медиапотребления в российском обществе и в мире и может использовать эти знания в профессиональной деятельности.
- **11-20 баллов** – студент знает основные теоретические положения дисциплины.
- **0-10 баллов** – студент имеет представление о некоторых понятиях дисциплины, неудовлетворительный ответ.

**Таблица 2.2. Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Медиакультура и медиапотребление в современном обществе» в оценку (экзамен):**

80-100 баллов	«отлично»
60-79 баллов	«хорошо»
40-59 баллов	«удовлетворительно»
меньше 40 баллов	«неудовлетворительно»

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента по дисциплине «Медиакультура и медиапотребление в современном обществе» составляет 200 баллов.

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

### А) Основная литература

1. Мельников, В. В. Медиакультура и медиапотребление в современном обществе [Электронный ресурс] : учебное пособие: В 2 частях: Эволюция способов закупок в Российской Федерации / В. В. Мельников. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 165 с. <http://znanium.com/go.php?id=1010666>

2. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014. — 184 с. — ISBN 978-5-7996-1360-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — [URL:%20http://www.iprbookshop.ru/68440.html](http://www.iprbookshop.ru/68440.html)(дата обращения: 12.01.2020). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

3. Дзялошинский, И. М. Российские медиа: проблемы вражды, агрессии, насилия : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 519 с. — ISBN 978-5-4486-0721-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — [URL: http://www.iprbookshop.ru/80925.html](http://www.iprbookshop.ru/80925.html) (дата обращения: 12.01.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### Б) Дополнительная литература

1. Вирен, Г. Современные медиа. Приемы информационных войн : учебное пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 128 с. — ISBN 978-5-7567-0824-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — [URL:%20http://www.iprbookshop.ru/56990.html](http://www.iprbookshop.ru/56990.html)(дата обращения: 12.01.2020). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

2. Велитченко, С. Язык и стиль современных масс-медиа : учебное пособие / С. Велитченко. — Алматы : Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2012. — 150 с. — ISBN 978-601-247-398-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — [URL: http://www.iprbookshop.ru/61244.html](http://www.iprbookshop.ru/61244.html)(дата обращения: 12.01.2020). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

3. Осинцева, Л. А. Технология, показатели качества, безопасности и товароведная оценка меда : учебное пособие / Л. А. Осинцева. — Новосибирск : Новосибирский государственный аграрный университет, 2012. — 133 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — [URL: http://www.iprbookshop.ru/64790.html](http://www.iprbookshop.ru/64790.html) (дата обращения: 12.01.2020). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

## **В) Лицензионное программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

1. Пакет Microsoft Office 2007 (Microsoft Office Word, Microsoft Office PowerPoint, Microsoft Office Excel), браузеры: Chrome, Mozilla FireFox
2. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – URL: <http://www.elibrary.ru>
3. ibooks.ru [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://ibooks.ru>
4. Издательство «Лань» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. URL: <http://e.lanbook.com/>
5. Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://biblio-online.ru>
6. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов [Электронный ресурс]. – URL: <http://scool-collection.edu.ru>
7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – URL: <http://window.edu.ru>
8. Znaniium.com [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://znaniium.com>

## **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

- полностью оборудованные аудитории;
- курс лекций по дисциплине «Медиакультура и медиапотребление в современном обществе»;
- учебники и учебные пособия;
- иллюстрации материалов лекций слайды, видеоматериалы.

Программа составлена в соответствии ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, профиль «Публичная деятельность органов государственной и муниципальной власти».

Автор: кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии молодежи социологического факультета СГУ Сайганова Елена Викторовна.

Программа одобрена на заседании кафедры менеджмента в образовании ИДПО СГУ от «21» октября 2019 года, протокол № 2