

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Юридический факультет

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
Комкова Г.Н.
"20" 06 2023 г.




Рабочая программа дисциплины
Теория и практика медиакоммуникаций

Направление подготовки бакалавриата
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника
бакалавр

Форма обучения
очно-заочная

Саратов,
2023

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	Таранова М.В.		20.06.2023
Председатель НМК	Тогузаева Е.Н.		20.06.2023
Заведующий кафедрой	Голуб О. Ю.		20.06.2023
Специалист Учебного управления			

1 Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Теория и практика медиакommunikаций» является систематизированное изложение основ теории и практики медиакommunikации в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социопсихологические, семиотические аспекты; ознакомление с базовым научным аппаратом современной медиакommunikативистики, методов исследования медиакommunikаций; ознакомление с основными уровнями социальной коммуникации, спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни. коммуникации; выработка умения и навыков эффективного взаимодействия в сфере профессионально ориентированной коммуникации.

2 Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Теория и практика медиакommunikаций» (Б1.О.23) относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 «Дисциплины (Модули)» учебного плана ООП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина «Теория и практика коммуникаций» опирается на знания, полученные при освоении программ бакалавриата по направлениям «Реклама и связи с общественностью»: «Введение в коммуникационные специальности», «Основы теории коммуникации».

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее для таких дисциплин, как «Медиапланирование», «Социальное мифотворчество», «Копирайтинг и спичрайтинг в рекламе и связях с общественностью», «Стилистика и литературное редактирование текстов», «Семиотика коммуникаций», для написания выпускной квалификационной работы.

3 Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знать: основные теории информационного общества, функциональную специфику локальных, региональных, национальных и международных СМИ. Уметь: учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования Владеть навыками типологического анализа СМИ; использования современных цифровых интерактивных

	<p>ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>технологий, коммуникационных систем и их использования в работе СМИ.</p> <p>Знать: специфику медиакоммуникационных систем и механизмы их функционирования Уметь: определять тип и вид любого средства массовой информации, на основании обзорного анализа делать вывод о его целевой аудитории; строить практико-ориентированную стратегию. Владеть навыками хранения, оперирования информацией, обработки и интерпретации информации; навыками поиска информации, ее критики и проверки, поиска источника.</p>
--	---	---

4

Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

№ п/п	Раздел дисциплины	Сем ест р	Неде ля семе стра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Формы промежуточной аттестации (по семестрам)	
				лекц ии	Практические занятия		СРС	
Обща я трудо емко сть	Из них – практ ическ ая подго товка							
1	Тема 1. Медиа и массовая коммуникация, СМИ и СМК. Природа	3		1	3		4	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на

	медиа медиафеномены и							практическом занятии
2	Тема 2. Потребитель медиа	3		2	3		2	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии
3	Тема 3. Источники информации в цифровой интерактивной среде	3		1	3		4	
5	Тема 4. Классификации теорий медиа	3		2	3		8	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии
6	Тема 5. Психологические и микросоциологические подходы к изучению коммуникаций.	3		1	3		8	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии
	Тема 6. Теории медиаэкологии и информационного общества	3		2	4		4	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии
7	Тема 7. Сетевая журналистика	3		1	3		6	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии
8	Тема 8. Информационное общество как социально-философская парадигма	3		2	4		4	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии
9	Промежуточная аттестация							экзамен
10	Итого в 3 семестре 144			12	26		70	36 контроль

Содержание дисциплины

Тема 1. Медиа и массовая коммуникация, СМИ и СМК. Природа медиа и медиафеномены

Индустрия медиа и культуры. Специфика рынка масс-медиа Медианосители и государственное устройство. История медиа через призму социальных изменений. Медиа и эволюция экономики.

Тема 2. Потребитель медиа

Активный индивид как новая парадигма в социологии Медиаиспользование и culturalstudies. «Культурные паттерны» и расширение фокуса исследований Исследования взаимодействия культур.

Тема 3. Источники информации в цифровой интерактивной среде.

Возможности и опасности. Взаимодействие и взаимовлияние на диджитал-журналиста смежных медиапрофессий: пропаганда, маркетинг и продажи, PR, реклама

Тема 4 Классификации теорий медиа

Классификация теорий с точки зрения инструментария. Классификация основных теорий с точки зрения объектов исследования. Классификация Дениса Маккуэйла Классификация теорий по предметно-временному основанию.

Тема 5. Психологические и микросоциологические подходы к изучению коммуникаций.

Концепция психологической лингвистики и когнитивные исследования. Теория прайминга и культивации. Школа Пало-Альто и изучение интерперсональных коммуникаций. Символический интеракционизм и этнометодология коммуникаций

Тема 6.

Теории медиаэкологии и информационного общества. Уровни медиаэкологии. Взаимодействие медиа и социальных институтов, влияние медиатехнологий на жизнь общества их роль в создании и развитии культуры. глобальных и наиболее общих принципах и тенденциях развития медиатехнологий, эволюции медиа, появлении новых видов и последствиях этих трансформаций в будущем (прогностический аспект).

Тема 7. Сетевая журналистика.

Интерактивная digital-журналистика. Правовые основы, технологии журналистики и разные типы медиа, жанровая и отраслевая структура.

Тема 8. Информационное общество как социально-философская парадигма

Информационное общество и «новые медиа» в парадигме модернизации. Информациональная экономика и сетевое общество М. Кастельса

5 Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой.

При изучении дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» предусмотрено при проведении лекционных занятий, использование проблемной лекции, целью которой является обновление, углубление знаний обучающихся, раскрытие новых научных подходов.

В сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в рамках учебного курса предусмотрены мастер-

классы экспертов по изобразительному искусству, архитектуре, специалистов по новейшим течениям в литературе и живописи)

При проведении занятий со студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья используются адаптированные для них образовательные технологии. Форма проведения занятий для студентов-инвалидов определяется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, и может включать в себя устные, письменные на бумаге, письменные на компьютере и иные виды образовательной активности.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 50% аудиторных занятий.

В процессе изучения дисциплины «Теория и практика медиакommunikаций» используются следующие виды самостоятельной работы: реферирование научных текстов, письменные домашние задания, написание эссе, рецензий, аннотаций, подготовка докладов, рефератов, выступлений на заданные темы.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены следующие формы организации педагогического процесса и контроля знаний:

- для слабовидящих:

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

для выполнения контрольных заданий при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

задания для выполнения, а также инструкция о порядке выполнения контрольных заданий оформляются увеличенным шрифтом (размер 16-20);

- для глухих и слабослышащих:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих все контрольные задания, по желанию обучающегося, могут проводиться в письменной форме.

Основной формой организации педагогического процесса является интегрированное обучение инвалидов, т.е. все студенты обучаются в смешанных группах, имеют возможность постоянно общаться со сверстниками, легче адаптируются в социуме.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Рабочей программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 40 часов.

В процессе изучения дисциплины «Теория и практика медиакommunikаций» используются следующие виды самостоятельной работы: письменные домашние задания по конспектированию учебной и научной литературой, написание эссе, рецензий, аннотаций, подготовка докладов, рефератов, выступлений на заданные темы.

6.1 Виды самостоятельной работы

Раздел/Тема дисциплины	Вид самостоятельной работы	Литература
Темы 1-8	Работа с источниками. Подготовка докладов и сообщений, презентаций на семинарское занятие. Выполнение практических заданий	Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Юрайт, 2019. — 231 с. — (Бакалавр. Академический курс). —

		<p>ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://biblio-online.ru/bcode/433390</p> <p>Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации: учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва: Юрайт, 2019; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. — 109 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-08477-1 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-7996-1600-7 (Изд-во Урал. ун-та). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://biblio-online.ru/bcode/441464</p> <p>Основы теории коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва: Юрайт, 2019. — 193 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://biblio-online.ru/bcode/433572</p>
--	--	--

6.2 Вопросы для углубленного изучения дисциплины:

1. Теории установления повестки дня: обзор исследований.
2. Массмедиа и конструирование социальных проблем.
3. Концепция спирали умолчания Элизабет Нозль-Нойман.
4. Воздействие медианасилия на аудиторию: теории и эксперименты.
5. Массмедиа, стереотипы и общественное мнение: Уолтер Липпман.
6. «Развлекаая себя до смерти»: критика телевидения Нейла Постмана.
7. «Глобальная деревня» и «понимание медиа»: Маршалл Маклюен.
8. Симуляция, гиперреальность и медиа: Жан Бодрийяр.
9. Теории информационного общества: аналитический обзор (Фрэнк Уэбстер).
10. Основные положений теорий ограниченных эффектов (Б. Берельсон).
11. Модель двухступенчатого потока коммуникации Э. Каца и П. Лазарсфельда.
12. Психологическая модель воздействия ТВ (Г. Комсток).
13. Влияние теории когнитивного диссонанса Л. Фестингера
14. Концепция прайминга (А. Бандура и др.).
15. Гипотеза культивации (Дж. Гербнер).
16. Теория диффузии инноваций (Э. Рожерс).
17. Теория использования и удовлетворения (Дж. Клэппер и др.).
18. Теория разрыва в знаниях (П. Тиченор и др.).
19. Нормативные теории прессы: проблемы взаимодействия СМИ и общества.
20. Идеология, гегемония и массмедиа: критический подход к анализу МК.
21. Критический дискурс-анализ медиа: Тен А. ван Дейк.
22. Теория сетевого общества и сетевой власти МануэляКастельса.
23. Медиакоммуникации в контексте теорий глобализации и мобильности.

24. Проблема классификаций теорий МК: Денис Макуэйл.

6.4 Контрольные вопросы для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины в форме экзамена

1. Коммуникация как передача символических форм.
2. Коммуникация и информация.
3. Атрибуты медиа.
4. Познание – коммуникация – кооперация: модель К. Фукса.
5. Ключевые отличия массовой коммуникации. Атрибуты массовой коммуникации.
6. Место массовой коммуникации в уровнях коммуникаций.
7. Основные жанры коммуникаций.
8. Эволюция основных жанров коммуникаций.
9. Виды власти и отношения медиа с ними.
10. Медианосители и трансформация форм социальной организации.
11. Медиа и развитие национальных государств. Роль медиа в аппаратах принуждения.
12. Социологическая, философская и лингвистическая традиция изучения медиа.
13. Первые исследования массовых коммуникаций.
14. Классификационная модель Дениса Маккуэйла и ее роль в медиакommunikациях.
15. Вальтер Беньямин и первые работы по индустриализации культуры.
16. Концепция культурной индустрии Теодора Адорно и Макса Хоркхаймера.
17. Теория технической рациональности и мономерного человека Г. Маркузе.
18. Юрген Хабермас и концепция публичной сферы.
19. Роль новых медиа в трансформации публичной сферы.
20. Мифы как форма языка. Семиотический анализ продуктов коммуникации.
21. Тёнван Дейк и когнитивная теория дискурса новостей.
22. Психолингвистические исследования Ноама Хомского.
23. Семиосоциопсихологическая теория Тамары Дридзе.
24. Социально-когнитивная теория Альберта Бандуры.
25. Теория прайминга и культивации.
26. Школа Пало-Альто в теориях коммуникации.
27. Грегори Бейтсон и психология коммуникации.
28. Понятие «фрейм» у Ирвинга Гоффмана.
29. Символический интеракционизм.
30. Этнометодология Гарольда Гарфинкеля.
31. Норберт Винер и кибернетика в теориях коммуникации.
32. Современные социологические концепции массовой коммуникации.
33. Информационное общество как социально-философская парадигма.
34. Гарольд Иннис и предрасположенность к типам коммуникации.
35. Технологический детерминизм Маршалла Маклюэна.
36. Теории информационной экономики будущего (Дэниел Белл, Элвин Тоффлер).
37. Конвергентные культуры Генри Дженкинса.
38. Теории модернизации обществ при помощи информации.
39. Теории сетевой демократии Зизи Папахарисси и Клэя Ширки.
40. Сетевая информационная экономика Мануэля Кастельса.
41. Теория сетевой власти Мануэля Кастельса.
42. Использование технологий как современная концепция активного потребителя.
43. Исследования, использующие культурные основания для анализа социальных явлений (*cultural studies*), как направление изучения массовых коммуникаций.
44. Понятие «культура» в исследованиях, использующих культурные основания для анализа социальных явлений (*cultural studies*).
45. Работы Ричарда Хоггарта, Раймонда Уильямса.
46. Модель кодирования и (или) декодирования Стюарта Холла.

47. Развитие модели коммуникаций Стюарта Холла в работах Дэвида Морли.
48. Джон Фiske и понятие «популярная культура».
49. Кросс-культурные исследования восприятия сериалов и культурных продуктов.
50. Исследования медиа в этнических группах и диаспорах.
51. Концепция культурного империализма Герберта Шиллера.
52. Понятие «политическая экономия массовых коммуникаций».
53. Доктрина свободного потока информации.
54. Политические дебаты «нового мирового информационно-коммуникационного порядка».
55. Теория культурного доминирования и ее лимиты.
56. Исследования концентрации массмедиа.
57. Модель пропаганды Эдварда Хермана и Ноама Хомского.
58. Концепция культурных индустрий.
59. Основные понятия культурных индустрий: продукт, цена, стоимость культурных продуктов.
60. Политэкономическая критика медиадетерминизма.

7 Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

Таблица 1.1 Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Семестр	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Автоматизированное тестирование	Другие виды учебной деятельности	Промежуточная аттестация	Итого
3	10	0	20	25	0	15	30	100

Программа оценивания учебной деятельности студента

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 (устные ответы, письменные работы: аннотации, рецензии художественных произведений (от 0 до 20 баллов).

Самостоятельная работа

Подготовка рефератов, докладов, эссе (от 0 до 25 баллов).

Автоматизированное тестирование

Не предусмотрено.

Другие виды учебной деятельности

Виды учебной деятельности, не вошедшие в предыдущие колонки таблицы - от 0 до 15 баллов (участие в научно-практических конференциях, олимпиадах, конкурсах, тестирование и др.).

Промежуточная аттестация – экзамен - от 0 до 30 баллов

При определении разброса баллов при аттестации преподаватель может воспользоваться следующим примером ранжирования:

21-30 баллов – ответ на «отлично»

16-20 баллов – ответ на «хорошо»

11-15 баллов – ответ на «удовлетворительно»

0-10 баллов – ответ на «неудовлетворительно».

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за третий семестр по дисциплине «Теория и практика коммуникаций» общественностью» составляет **100** баллов.

Таблица 2.3 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Теория и практика коммуникаций» в оценку (экзамен):

86 – 100 баллов	«отлично»
71-85 баллов	«хорошо»
60 - 70 баллов	«удовлетворительно»
меньше 60 баллов	«неудовлетворительно»

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) литература:

1. Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — 304 с. ЭБС IPRbooks
2. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации: учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва. 2011. ЗНБ СГУ. 8 экз.
3. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации: [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Н.Б. Кириллова. – 2, стер.- Москва: Издательство «Флинта», 2015. – 110 с. – ISBN9785976531246: Б.ц. <http://znanium.com/go.php?id=947690> ЭБС IPRbooks
4. Энциклопедия мировой индустрии СМИ / под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Аспект Пресс, 2006.

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

<http://www.press-service.ru>

Медиапланирование. RU <http://www.media-planning.ru/ru/advert.htm>

Бизнес Омнибус <http://www.gallup.spb.ru/journal/index.htm/>

БОСС (бизнес: организация, стратегия, системы) <http://www.bizcom.ru/>

<http://www.soc.pu.ru:8101/publications/jssa/>

Законодательство и практика СМИ – ежемесячный журнал центра «Право и СМИ»

<http://www.medialaw.ru>

Информационный бюллетень «Конспект. Персонал. Менеджмент. Психология»

<http://www.album.nsk.ru/win/Konspekt/>

Коммерсантъ (газета) <http://www.kommersant.ru/>

Среда – российско-европейский журнал для специалистов по СМИ

<http://www.internews.ru/sreda/>

<https://ria.ru/20190311/1551445551.html> (платформа иммерсивной журналистики)

Лицензионное программное обеспечение

- ОС Windows
- пакет программ Microsoft Office

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура; доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на практических занятиях).

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Автор: доцент кафедры
социальных коммуникаций,
кандидат социологических наук

Таранова М.В.

Программа одобрена на заседании кафедры социальных коммуникаций от 20.06.2023 года, протокол №12.