

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)**

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ / THEORY AND PRACTICE OF
MEDIA COMMUNICATIONS**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Брендинговые технологии в рекламе / Branding technologies in advertising

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ / THEORY AND PRACTICE OF
MEDIA COMMUNICATIONS**

Рабочая программа дисциплины

Составитель: Секерин В.Д.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 6 от 30.10.2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
2. Структура дисциплины.....	6
3. Содержание дисциплины.....	7
4. Образовательные технологии.....	10
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	11
5.1. Система оценивания.....	11
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине.....	13
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	15
5.3.1. Перечень вопросов для промежуточной аттестации.....	15
5.3.2. Примеры вопросов для тестирования.....	17
5.3.3. Примеры тем для доклада.....	20
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	21
6.1. Список источников и литературы.....	21
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	24
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....	25
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	25
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	25
9. Методические материалы.....	27
9.1. Планы семинарских/ практических занятий.....	27
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	37
Приложения.....	39
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины.....	39

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – сформировать понимание основных принципов работы с информацией для массовой аудитории с помощью каналов массовой коммуникации. Овладеть целостным представлением об актуальном состоянии системы медиакоммуникаций, основных тенденциях ее развития, теоретических концепциях и методах медиаисследований в целях решения задач рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- дать представление о современных теориях массмедиа, о системе СМИ, о подходах к изучению СМИ;
- дать представление о профессии журналиста, правовых и этических аспектах работы в СМИ;
- дать представление о системе жанров СМИ, об основных характеристиках медиапродукта и массовой аудитории;
- познакомить основами медиаэкономики, медиапроизводства и медиапродвижения.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Применяет знание основных теоретико-методологических положений философии, концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологических основ системного подхода	Знать: основные теоретико-методологические положения философии, концептуальные подходы к пониманию природы информации как научной и философской категории Уметь: применять методологические основы системного подхода Владеть: навыками применения методологических основ системного подхода
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.	Знать: мировые тенденции развития медиаотрасли и базовые принципы формирования медиасистем; особенности национальных медиамodelей, в том числе специфику функционирования российских СМИ. Уметь: формулировать цели и задачи исследований СМИ; аналитическую работу в

		рамках специализированных организаций и подразделений предприятий индустрии СМИ. Владеть: навыками использования терминологического аппарата и теоретических знаний при исследовании и анализе медиа.
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	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	Знать: основные понятия явления, функции, законы, теории, прикладные особенности рекламы и рекламной деятельности. Уметь: применять полученные знания по теории и практике рекламы в целях получения оптимально-эффективного рекламного продукта. Владеть: способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Знать: способы решения базовых профессиональных проблем в рамках медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. Уметь: применять основные положения и методы теории медиакоммуникаций для понимания основных закономерностей, тенденций и взаимосвязей развития медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. Владеть: навыками поиска актуальной медиакоммуникационной информации в различных

		источниках, включая Интернет
--	--	------------------------------

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части базовых дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Теория коммуникации, Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях, Цифровые коммуникации, Визуальные коммуникации.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик:

Организация и проведение коммуникационных кампаний

Организация и проведение коммуникационных кампаний в рекламе

Организация и проведение коммуникационных кампаний в связях с общественностью

Профессионально-ознакомительная практика

Научно-исследовательская работа

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 академических часа.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
5/6	Лекции	28
5/6	Семинары/лабораторные работы	28
Всего:		56

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 70 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
6/7	Лекции	16
6/7	Семинары/лабораторные работы	16
Всего:		32

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 94 академических часа(ов).

2. Discipline structure

The total labor intensity of the discipline is 4 Credit, 144 academic hours.

Discipline structure for full-time training

The scope of the discipline in the form of contact work of students with pedagogical workers and (or) persons involved in the implementation of the educational program on other conditions during training sessions:

Semester	Type of training sessions	Hours
5/6	Lectures	28
5/6	Workshops/Lab Works	28
Total:		56

The scope of the discipline (module) in the form of independent work of students is 70 academic hours.

Discipline structure for part-time training

The scope of the discipline in the form of contact work of students with pedagogical workers and (or) persons involved in the implementation of the educational program on other conditions during training sessions:

Semester	Type of training sessions	Hours
6/7	Lectures	16
6/7	Workshops/Lab Works	16
Total:		32

The scope of the discipline (module) in the form of independent work of students is 94 academic hours.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Система СМИ. Состав, структура, свойства.	Состав системы СМИ. Система массовых коммуникация и система СМИ. Интернет как системоформирующий фактор формирования СМИ. Медиа свойства СМИ. Модель Маклюена и психоаналитическая модель СМИ (вытеснение либидо и танатоса в коллективное бессознательное).
2	Медиаисследования в контексте гуманитарного знания. Место и значение.	Терминологический аппарат исследований СМИ. Основные термины. Основные теории и концепции, посвященные устному и письменному слову до институционализации исследований СМИ. Факторы институционализации исследований СМИ, парадигматические признаки. Классификация исследований СМИ. Словари и справочные издания о теориях СМИ. От теории журналистики к теории медиа: динамика медиаисследований.
3	Коммуникатология	Коммуникативные науки, коммуникатология,

	медиа. Становление медиалогии	коммуникативистика, медиология. Объект и предмет медиаологии. Философская рефлексия современных медиа. Постструктурализм, семиотика, посмодернизм, феноменология, герменеватика. Философия медиа.
4	Медиа в политике и гражданском обществе. Современный медиатекст. Язык и стиль СМИ	Понятия публичной сферы и общественного мнения. Медиатизация политики. Взаимоотношения власти и журналистика. Принцип свободы слова. Понятие политического дискурса. «Общество спектакля» в политическом дискурсе. Новые медиа и политический активизм. Медиакратия. Понятие информационного общества и общества знания. Технологические, социокультурные, политические и цивилизационные предпосылки появления феномена социальных медиа. Проформы медиасообществ. Особенности трансляции смыслов и знаний в медиасообществах, сообществах практики и социальных медиа. Понятие социальности в социальных медиа, практики в сообществах практики. Понятие социального капитала и его наращивание сетевыми средствами. Современный медиатекст. Язык и стиль СМИ
5	Современное состояние компонентов системы СМИ (прессы, радио, телевидения, интернет)	Типология изданий печатных, радиальных, телевизионных, сетевых (Интернет). Особенности различных способов создания контента и каналов его распространения. Отношения дизайн/контент. Медиаконвергенция. Слои конвергенции и влияние конвергентных процессов на базовые форматы медиа. Новая медийная парадигма.
6	Новейшие медиатехнологии в эпоху тотальной дегитализации	Доминанты гипертекста, интерактивности и социальности в современном медиадискурсе. Медиа, гипермедиа и трансмедиа. Состав и структура. Позиция журналисткой, рекламной и ПР-деятельности в этих системных образованиях. Форматы донгрида, трансмедийного сторителлинга, компонентного авторинга.
7	Будущее медиа в контексте эффекта сингулярности и технологий интернета-4.	Понятие эпистемического дискурса в семантических сетевых пространствах. Средства формирования и управления дискурсом. Автоматизация и кибернетизация управления дискурсом и производством контента. Медиаобразованность как новая цивилизационная детерминанта. Соотношение медиаобразованности и информационно-технологической культуры личности. Понятие медиа-культуры. Социальный заказ системе образование на формирование медиакультуры личности. Угрозы приближения к точке сингулярности развития технологий веб-4.0.

3. Discipline content

№	Discipline section	Content
1	Media system. Composition, structure, properties.	Composition of the media system. Mass communication system and media system. The Internet as a system-generating factor in the formation of a QMS. Media properties of QMS. McLuhan's model and the psychoanalytic model of SMC (repression of libido and

		thanatos into the collective unconscious).
2	Media studies in the context of humanities. Place and meaning.	Terminological apparatus of media research. Basic terms. Basic theories and concepts focused on the spoken and written word before the institutionalization of media studies. Factors of institutionalization of media research, paradigmatic features. Classification of media research. Dictionaries and reference books on media theories. From journalism theory to media theory: the dynamics of media studies.
3	Media communicatology. The formation of mediology	Communication sciences, communicationology, communication studies, mediology. Object and subject of mediology. Philosophical reflection of modern media. Poststructuralism, semiotics, postmodernism, phenomenology, hermeneutics. Philosophy of media.
4	Media in politics and civil society. Modern media text. Language and style of media	Concepts of the public sphere and public opinion. Mediatization of politics. Relationships between authorities and journalism. The principle of freedom of speech. The concept of political discourse. "Society of spectacle" in political discourse. New media and political activism. Mediacracy. The concept of information society and knowledge society. Technological, sociocultural, political and civilizational prerequisites for the emergence of the phenomenon of social media. Proformas of media communities. Features of the transmission of meanings and knowledge in media communities, communities of practice and social media. The concept of sociality in social media, practices in communities of practice. The concept of social capital and its expansion through network means. Modern media text. Language and style of media
5	Current state of media system components (press, radio, television, Internet)	Typology of print, radio, television, network (Internet) publications. Features of various methods of creating content and channels for its distribution. Design/content relationship. Media convergence. Layers of convergence and the impact of convergent processes on basic media formats. New media paradigm.
6	The latest media technologies in the era of total digitalization	Dominants of hypertext, interactivity and sociality in modern media discourse. Media, hypermedia and transmedia. Composition and structure. Position of journalism, advertising and PR activities in these systemic entities. Dongrid formats, transmedia storytelling, component authoring.
7	The future of media in the context of the singularity effect and Internet technologies-4.	The concept of epistemic discourse in semantic network spaces. Means of formation and management of discourse. Automation and cybernation of discourse management and content production. Media education as a new civilizational determinant. Correlation between media education and information technology culture of an individual. The concept of media culture. Social order for the education system to form the media culture of the individual. Threats of approaching the point of singularity in the development of web 4.0 technologies.

4. Образовательные технологии

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебной работы	Образовательные и информационные технологии
1	2	3	4
1.	Система СМИ. Состав, структура, свойства.	Лекция 1. Система СМИ. Семинар 1. Основные компоненты системы массовой коммуникации (СМК) и системы СМИ Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Интеллект-карта, работа с кейсами Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
2.	Медиаисследования в контексте гуманитарного знания. Место и значение.	Лекция 2. Медиаисследования в контексте гуманитарного знания. Место и значение. Семинар 2. Место и значение медиаисследований в гуманитарном знании. Самостоятельная работа	2. Интерактивная лекция с использованием видеоматериалов Групповая дискуссия, презентация проекта Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
3.	Коммуникатология медиа. Становление медиалогии	Лекция 3. Коммуникативные науки о медиа. Семинар 3. Понятие медиалогии Самостоятельная работа	3. Интерактивная лекция с использованием видеоматериалов Групповая дискуссия, презентация проекта Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций

4.	Медиа в политике и гражданском обществе. Современный медиатекст. Язык и стиль СМИ	Лекция 4. Медиа в политике и гражданском обществе. Семинар 4. Современный медиатекст. Язык и стиль СМИ. Самостоятельная работа	Интерактивная лекция с использованием видеоматериалов Групповая дискуссия, презентация проекта Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
5.	Современное состояние компонентов системы СМИ (прессы, радио, телевидения, интернет)	Лекция 5. Семинар 5. Оценка современного состояния прессы, радио, телевидения, интернет. Самостоятельная работа	Интерактивная лекция с использованием видеоматериалов Групповая дискуссия, презентация проекта Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
6.	Новейшие медиатехнологии в эпоху тотальной дегитализации	Лекция 6. Семинар 6. Конвергентные и дивергентные процессы в медиа. Новая информационно-коммуникативная парадигма Самостоятельная работа	Интерактивная лекция с использованием видеоматериалов Групповая дискуссия, презентация проекта Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
7	Будущее медиа в контексте эффекта сингулярности и технологий интернета-4.	Лекция 7. Семинар 7. Последствия для развития медиаиндустрии новой информационно-коммуникативной парадигмы Самостоятельная работа	Интерактивная лекция с использованием видеоматериалов Групповая дискуссия, презентация проекта Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну	Всего

	работу	
Текущий контроль:		
- участие в дискуссии на семинаре	6 баллов	30 баллов
- тестирование (темы 1-3; 4-5)	15 баллов	15 баллов
- реферативный доклад (темы 6-7)	15 баллов	15 баллов
Промежуточная аттестация	40 баллов	40 баллов
Итого за дисциплину		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5. Evaluation of the Learning Outcomes

5.1. Evaluation system

Control form	Max points	
	For unit	Total
Monitoring:		
• Seminars discuss	6	30
• Testing (topics 1–5)	15	15
• Report (topics 6, 7)	15	15
Intermediate control		40
Total per semester		100 points

The total result obtained is converted into the traditional rating scale and into the rating scale of the European Credit Transfer System (hereinafter – ECTS) in accordance with Table:

100-point scale	Traditional scale		ECTS scale
95 – 100	excellent	credited	A
83 – 94			B
68 – 82	good		C
56 – 67	satisfactory		D
50 – 55			E
20 – 49	unsatisfactory	fail	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/	Оценка	по	Критерии	оценки	результатов	обучения	по
--------	--------	----	----------	--------	-------------	----------	----

Шкала ECTS	дисциплине	дисциплине
100–83/ А, В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82–68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67–50/ D, E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и</p>

		<p>промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49–0/ F, FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.2. Discipline Rating Criteria

Scores / ECTS Scale	Discipline Grade	Criteria for assessing the results of training by discipline
100–83/ A, B	«Excellent» / «Credited (excellent)» / «Credited»	<p>It is awarded to the student if he has deeply and firmly mastered the theoretical and practical material and can demonstrate this in classes and during intermediate certification. The student presents educational material comprehensively and logically, knows how to link theory with practice, copes with solving professional problems of a high level of complexity, and correctly substantiates the decisions made. Fluently navigates educational and professional literature. The grade for the discipline is given to the student considering the results of the current and intermediate certification. The competencies assigned to the discipline are formed at the «high» level.</p>
82–68/ C	«Good» / «Credited (good)» / «Credited»	<p>It is awarded to the student if he knows the theoretical and practical material, presents it competently and essentially in classes and during intermediate certification, without allowing significant inaccuracies. The student correctly applies theoretical principles when solving practical professional problems of varying levels of complexity and has the necessary skills and techniques for this. He is well versed in educational and professional literature. The grade for the discipline is given to the student</p>

		<p>considering the results of the current and intermediate certification.</p> <p>The competencies assigned to the discipline are formed at the «good» level.</p>
67–50 / D, F	«Satisfactory»/ «Credited (satisfactory)»/ «Credited»	<p>It is awarded to the student if he knows theoretical and practical material at a basic level and makes some mistakes when presenting it in class and during intermediate certification.</p> <p>The student experiences certain difficulties in applying theoretical principles when solving practical problems of a professional nature of a standard level of complexity but possesses the necessary basic skills and techniques.</p> <p>Demonstrates a sufficient level of knowledge of educational literature in the discipline.</p> <p>The grade for the discipline is given to the student considering the results of the current and intermediate certification.</p> <p>The competencies assigned to the discipline are formed at the «sufficient» level.</p>
49–0/ F, FX	«unsatisfactory» / fail	<p>It is given to a student if he does not know theoretical and practical material at a basic level or makes gross mistakes when presenting it in classes and during intermediate certification.</p> <p>The student experiences serious difficulties in applying theoretical principles when solving practical professional problems of a standard level of complexity and does not possess the necessary skills and techniques for this.</p> <p>Demonstrates fragmentary knowledge of educational literature in the discipline.</p> <p>The grade for the discipline is given to the student considering the results of the current and intermediate certification.</p> <p>Competencies at the «sufficient» level assigned to the discipline have not been developed.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

5.3.1. Перечень вопросов для промежуточной аттестации.

1. Базовые свойства медиасообщества: гипертекстовость, интерактивность, социальность.
2. Интегрированные подходы к массовой коммуникации.
3. Структурализм и постструктурализм в изучении культуры.
4. Концептуализация медийных процессов и теория медиатизации в современных медиаисследованиях
5. Понятие медиа-культуры.
6. Конвергентные процессы в слое технических устройств, профессионализма, компонентов системы СМИ, компонентов системы массовых коммуникаций (СМК).
7. Концепция культурных индикаторов
8. Концепция формирования повестки дня
9. Критическая традиция и политэкономия медиа
10. Медиа, гипермедиа и трансмедиа. Состав и структура.

11. Медиаобразованность как новая цивилизационная детерминанта.
12. Методы исследования медиа.
13. Объект и предмет медиаологии.
14. Определения понятий: Медиаобщества, сообщества практики и социальные медиа.
15. Понятие информационного общества, информационального общества и общества знания.
16. Понятие медиаконвергенции.
17. Понятие системы СМИ. Состав и структура системы СМИ.
18. Понятие SMK. Состав и структура SMK.
19. Понятие социальности в социальных медиа, и практики в сообществах практики..
20. Постмодернизм и критический взгляд на медиа
21. Публичная сфера и теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса
22. Развитие общества под воздействием производственных сил и технологий: движение к информационному обществу
23. СМИ как инструмент формирования общественного мнения
24. Современное понятие медиа, медиасферы, и медиированной реальности.
25. Социологические и философские подходы к пониманию функционирования и воздействия медиа
26. Человек и средства коммуникации
27. Язык СМИ как объект теоретического анализа

5.3 Evaluation tools (materials) for ongoing monitoring of progress, intermediate certification of students in the discipline.

5.3.1. Example questions for control work.

1. Basic properties of the media community: hypertextuality, interactivity, sociality.
2. Integrated approaches to mass communication.
3. Structuralism and post-structuralism in the study of culture.
4. Conceptualization of media processes and the theory of mediatization in modern media studies
5. The concept of media culture.
6. Convergent processes in the layer of technical devices, professionalism, components of the media system, components of the mass communication system (QMS).
7. Concept of cultural indicators
8. The concept of agenda setting
9. Critical tradition and political economy of media
10. Media, hypermedia and transmedia. Composition and structure.
11. Media education as a new civilizational determinant.
12. Methods of media research.
13. Object and subject of mediaology.
14. Definitions of concepts: Media communities, communities of practice and social media.
15. The concept of information society, information society and knowledge society.
16. The concept of media convergence.
17. The concept of the media system. Composition and structure of the media system.
18. The concept of QMS. Composition and structure of the QMS.
19. The concept of sociality in social media, and practices in communities of practice..
20. Postmodernism and a critical view of media
21. The public sphere and the theory of communicative action by J. Habermas
22. Development of society under the influence of production forces and technologies: movement towards the information society
23. The media as a tool for forming public opinion

24. Modern concept of media, media sphere, and mediated reality.
25. Sociological and philosophical approaches to understanding the functioning and impact of media
26. Man and means of communication
27. Media language as an object of theoretical analysis

5.3.2. Примеры вопросов для тестирования

1. Выделите характеристику, не свойственную медиакommunikациям:
 - А) формирование сознания правящих элит
 - Б) передача, получение, сохранение и актуализация смысловой и оценочной информации, на основе которой происходит социальная адаптация и идентификация индивида
 - В) влияние на социальную установку, на взаимоотношения между группами различных уровней
 - Г) наличие технических средств
2. С какими изменениями, происходящими в России в 1990-е годы, связано появление «новых медиа»? Два правильных ответа.
 - А) смена политического режима;
 - Б) развитие информационных технологий;
 - В) цифровизация информации;
 - Г) инфляция.
3. Среди приведенных ниже качеств укажите то, которое не имеет никакого отношения к современным тенденциям в сфере массовой коммуникации.
 - А) глобализация
 - Б) демассовизация
 - В) конвергенция
 - Г) инсталляция
4. Какой из приведенных ниже подходов не имеет никакого отношения к изучению медиапространства в РФ?
 - А) экологический подход
 - Б) эпистемологический подход
 - В) технологический подход
 - Г) территориальный подход
 - Д) структурный подход
 - Е) текстоцентричный подход
5. В перечне аспектов онтологии современного медиапространства укажите
 - А) лишний, не имеющий к медиапространству никакого отношения;
 - Б) медиированное пространство
 - В) конвергентное пространство
 - Г) медиатизированное пространство
 - Д) пространство медиа
6. Какая из данных характеристик информационного общества (в интерпретации Д. Белла) является лишней, ему не соответствующей?
 - А) преобладание производства товаров над сферой услуг;
 - Б) доминирование профессионального и технического классов в сфере занятости;
 - В) осевой принцип общества – центральное место теоретических знаний;
 - Г) принятие решений на основе новой «интеллектуальной технологии».
7. Назовите имя футуролога, смоделировавшего образ «электронного коттеджа»
 - А) Д. Белл
 - Б) Э. Тоффлер
 - В) М. Кастельс
 - Г) М. Маклюэн
8. Перечислите стадии развития массовой коммуникации в хронологическом порядке.
 - А) устно-вербальная
 - Б) многоканальная
 - В) печатно-вербальная
 - Г) тактильно-кинестическая
 - Д) письменно-вербальная.
9. Для какой группы теорий характерна трактовка СМИ как составного элемента культуры, рассмотренной, как правило, через призму индустриализации культуры?
 - А) для нормативных
 - Б) для культурно-исторических
 - В) для социально-психологических
 - Г) для функциональных

10. Исследования нарратива современных новостей во многом опираются на работы Вставьте пропущенные слова.

- А) М.М. Бахтина о карнавальном мироощущении
- Б) В.Я. Проппа о структуре волшебной сказки
- В) М.Б. Харченко о творческой индивидуальности писателя
- Г) В.М. Жирмунского о романтизме

11. Что не относится к СМК?

- А) средства массовой информации (СМИ: пресса, радио, телевидение, интернет),
- Б) технические средства (почта, телефон, телефакс, модем).
- В) средства массового воздействия (СМВ: театр, кино, цирк, зрелища, литература)
- Г) КИС – корпоративная информационная система

12. В какой период времени получила развитие многоканальная массовая коммуникация?

- А) в XVIII в.
- Б) в XIX в.

В) в первой половине XX в.

Г) в начале XXI в

13. Назовите автора выражения «теории гегемонии медиа».

- А) Ф. Сиберт;
- Б) Т. Питерсон
- В) У. Шрамм;
- Г) А. Грамшио

14. В перечне факторов, обусловивших появление и развитие функционального подхода к массмедиа, найдите лишний:

- А) развитие интернета
- Б) бихевиористская модель психологии
- В) математическая теория информации
- Г) коммерциализация СМИ

15. Какие теории массмедиа развивались по двум течениям – парадигма пропаганды и парадигма ограниченных эффектов?

- А) функциональные
- Б) культурно-критические
- В) нормативные
- Г) психологические

5.3.2. Example questions for testing

1. Highlight a characteristic that is not typical of media communications:

- a) formation of the consciousness of the ruling elites
- b) transmission, receipt, preservation and updating of semantic and evaluative information, on the basis of which social adaptation and identification of the individual occurs
- c) influence on social attitudes, on relationships between groups of different levels
- d) availability of technical means

2. What changes taking place in Russia in the 1990s are associated with the emergence of “new media”? Two correct answers.

- a) change of political regime;
- b) development of information technology;
- c) digitalization of information;
- d) inflation.

3. Among the qualities listed below, indicate one that has nothing to do with modern trends in the field of mass communication.

- a) globalization
- b) demassovization
- c) convergence
- d) installation

4. Which of the following approaches has nothing to do with the study of the media space in the Russian Federation?
- ecological approach
 - epistemological approach
 - technological approach
 - territorial approach
 - structural approach
 - text-centric approach
5. In the list of aspects of the ontology of modern media space, indicate the extra one that has nothing to do with the media space:
- mediated space
 - convergent space
 - mediatized space
 - media space
6. Which of these characteristics of the information society (in D. Bell's interpretation) is superfluous and does not correspond to it?
- the predominance of the production of goods over the service sector;
 - the dominance of the professional and technical classes in employment;
 - the axial principle of society - the central place of theoretical knowledge;
 - decision-making based on new "intelligent technology."
7. Name the futurologist who modeled the image of the "electronic cottage" A) D. Bell
- B) E. Toffler
 - B) M. Castells
 - D) M. McLuhan
8. List the stages of development of mass communication in chronological order.
- oral-verbal
 - multichannel
 - printed-verbal
 - tactile-kinetic
 - written-verbal.
9. Which group of theories is characterized by the interpretation of the media as an integral element of culture, viewed, as a rule, through the prism of the industrialization of culture?
- for normative
 - for cultural and historical
 - for socio-psychological
 - for functional
10. Studies of contemporary news narrative rely heavily on the work of... Fill in the missing words.
- M.M. Bakhtin on the carnival worldview
 - V.Ya. Propp on the structure of a fairy tale
 - M.B. Kharchenko about the creative individuality of the writer
 - V.M. Zhirmunsky about romanticism
11. What does not apply to the QMS?
- mass media (media: press, radio, television, Internet),
 - technical means (mail, telephone, telefax, modem).

- c) means of mass influence (SMV: theater, cinema, circus, spectacle, literature)
 - d) CIS – corporate information system
12. In what period did multichannel mass communication develop?
- a) in the 18th century.
 - b) in the 19th century.
 - c) in the first half of the twentieth century.
 - d) at the beginning of the 21st century
13. Name the author of the expression “theory of media hegemony.”
- a) F. Siebert;
 - b) T. Peterson
 - c) W. Schramm;
 - d) A. Gramscio
14. In the list of factors that determined the emergence and development of the functional approach to mass media, find the odd one out:
- a) development of the Internet
 - b) behaviorist model of psychology
 - c) mathematical information theory
 - d) commercialization of the media
15. What theories of mass media developed along two trends - the propaganda paradigm and the limited effects paradigm?
- a) functional
 - b) cultural-critical
 - c) regulatory
 - d) psychological

5.3.3. Примеры тем для доклада

1. Базовые теоретические модели массовой коммуникации.
2. Жанры и направления журналистики.
3. Информационный и кибернетический подход к изучению медиа.
4. Исследования аудитории и медиапланирование.
5. Массовая коммуникация: основные элементы и особенности.
6. Медиакоммуникация в реклама.
7. Многообразие изучения коммуникации.
8. Особенности интернет-СМИ.
9. Перспективы печатных СМИ.
10. Правовое и этическое регулирование деятельности в сфере медиа.
11. Системный подход к изучению феномена медиа.
12. Социально-психологический и антропологический подход к медиа.
13. Социально-философские теории массовой информации.
14. Специфика и выразительные средства радиокommunikации.
15. Специфика телевидения.
16. Становление современных СМИ и рекламных технологий.
17. Структура медиированной реальности.
18. Структура общения в медиареальности.
19. Теории, идеи и персоналии в медиалогии.
20. Целевая аудитория масс-медиа.

Указания по проведению текущей аттестации:

1. Работа выполняется письменно и сдается в указанные сроки проведения текущей аттестации.
2. Критерий оценки реферативного доклада:
 - всего за текущую аттестацию 15 баллов
 - раскрыть в сообщении (тексте) ключевые идеи и характеристики рассматриваемой проблемы 10 баллов,
 - указать источников – 2 баллов,
 - формулировка выводов – 3 баллов.

5.3.3. Examples of topics for a report

1. Basic theoretical models of mass communication.
2. Genres and directions of journalism.
3. Information and cybernetic approach to the study of media.
4. Audience research and media planning.
5. Mass communication: basic elements and features.
6. Media communication in advertising.
7. The diversity of communication studies.
8. Features of Internet media.
9. Prospects for print media.
10. Legal and ethical regulation of activities in the field of media.
11. Systematic approach to the study of media phenomena.
12. Socio-psychological and anthropological approach to media.
13. Social and philosophical theories of mass information.
14. Specifics and expressive means of radio communication.
15. Specifics of television.
16. The formation of modern media and advertising technologies.
17. Structure of mediated reality.
18. Structure of communication in media reality.
19. Theories, ideas and personalities in medialogy.
20. Target audience of mass media.

Instructions for conducting ongoing certification:

1. The work is completed in writing and submitted within the specified time frame for the current certification.
2. Criteria for assessing the abstract report:
 - a total of 15 points for the current certification
 - reveal in the message (text) the key ideas and characteristics of the problem under consideration 10 points,
 - indicate sources – 2 points,
 - formulation of conclusions – 3 points.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Литература:

Основная:

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Систем, требования:

- Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5; экран 10". - ISBN 978-5-7598-1488-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1018823>
2. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с.: ISBN 5-238-00960-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/872861>

Дополнительная:

3. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523>
4. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-7567-0824-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038950>
5. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Варгановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - ISBN 978-5-7567-0864-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038948>
6. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1034605>
7. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - ISBN 978-5-7567-0715-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039474>

Рекомендуемая:

8. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. — М.: РИП-холдинг, 2003. — 174 с.
9. Валгина Н.С. Теория текста / Н.С. Валгина – М.: Логос, 2004. – 280 с.
10. Визель М. Гипертексты по ту и эту сторону экрана // Иностранная литература. – М.: 1999. № 10. – С.169-177.
11. Войскунский А.Е. Метафоры Интернета // Вопросы философии. – М.: 2001. № 11. – С. 64-79.
12. Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения // Политическая лингвистика. – Выпуск 20. – Екатеринбург, 2006. – С. 180-189.
13. Дебрэ Р. Введение в медиологию / Пер. с франц. — М.: Праксис, 2010.
14. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций / Л.М. Землянова. – М.: Изд. МГУ, 1999. – 300 с.
15. Калмыков А.А. Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности. URL: <http://jarki.ru/wpress/2011/04/28/2198/>
16. Кастеллс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастеллс; Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитоновой. – Екатеринбург: У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004. – 328 с.
17. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – М. Аспект Пресс, 2001. – 287 с.
18. Коханова Л.А. Калмыков А.А. Штепа В.И. Информационно-коммуникативная парадигма (на примере научной журналистики). Монография. — Москва. 2008.

19. Лотман Ю.М. Текст в тексте // Об иск-ве. Структура художественного текста. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Статьи. Заметки. Выступл-я (1962-1993 гг.). – СПб.: Искусство, 1998. – С. 423-436.
20. Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман; Пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров. – М.: Логос, 2005. – 280 с.
21. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г.М. Маклюэн; пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М.: Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
22. Маклюэн Г.М. Галактика Гуттенберга: Сотворение человека печатной культуры. / Г.М. Маклюэн; Пер. с англ. А. Юдина – Киев: Ника-Центр Эльга, Изд. дом Дмитрия Бураго, 2003. – 432 с.
23. Медиафилософия / Под ред. В.В.Савчука. – СПб.: Изд-во СПб. Философского общества, 2008. – 346 с.
24. Типология журналистики / Под редакцией А.И.Станько. – Ростовн/Д: Изд-во Рост. ун-та, 1993. – 175 с.
25. Трахтенберг А.Д. Дискурсивный анализ массовой коммуникации и парадоксы левого сознания // Полис. Политические Исследования. – 2006. № 4. – С. 44.
26. Шкондин М.В. Система средств массовой информации (Основы организации и характер структурной трансформации в условиях реформирования общества). М., 2000.
27. Бурдьё П. Социология политики: Пер. с фр. / П. Бурдьё. – М.: Socio-Logos, 1993. – 333 с.
28. Гидденс Э. Ускользающий мир: Как глобализация меняет нашу жизнь. М., 2004.
29. Гиренок.Ф.И. О коммуникативной природе современности // Консультант директора № 23 (275) – М.: Инфра М, 2006. С.24-27.
30. Губанов Д. А., Новикова Д. А. и Чхартишвили А. Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. – М.: Издательство физико-математической литературы. – 2010.
31. Дебор Ги. Общество спектакля. Пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович — М. LOGOS (Радек), 2000
32. Делез Ж., Гваттари Ф. Анти-Эдип: Капитализм и шизофрения / Ж. Делез, Ф. Гваттари; пер. с франц. и послесл. Д. Кралечкина; науч. ред. В. Кузнецов. – Екатеринбург: У-Фактория, 2007. – 672 с.
33. Деррида Ж. О грамматологии / Ж. Деррида; пер. с фр. и вступ. ст. Н. Автономовой. – М.: Ad Marginem, 2000. – 511 с.
34. Долгин А.Б. Экономика символического обмена / А.Б. Долгин. – М.: Инфра-М, 2006. – 632 с.
35. Интернет и интерактивные медиа-исследования / Под ред. И. Засурского. – В 2-х ч. Ч.1. – М.: Изд-во МГУ, 2007. – 242 с.
36. Куле К. СМИ в Древней Греции: сочинения, речи, разыскания, путешествия / Пер. с франц. Кулланды. – М.: Новое литературное обозрение, 2004. – 256 с.
37. Моисеев Н.Н. Человек и ноосфера / Н.Н. Моисеев. – М.: Мол. гвардия, 1990. – 352 с.
38. Носов Н.А. Манифест виртуалистики. М.: Путь, 2001. 17 с. (Тр. лаб. виртуалистики. Вып. 15.).
39. Ситников А.П. Победа без победителей: очерки теории прагматических коммуникаций / А.П. Ситников, М.В. Гундарин. – М.: ИМИДЖ-Контакт, 2003. – 250 с.
40. Угарова М. Инвайроментальные параметры рекламной коммуникации в мегаполюсе // Консультант директора. – М.: Инфра М, 2007. № 12 (288).
41. Урсул А.Д. Становление информационного общества и модель опережающего образования // Научно-техническая информация. Серия 1. Организация и методика информационной работы. – 1996. №2. С. 1-11.

42. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер; Пер. С англ. М.В. Арапова, Н.В. Малыхиной. Под ред. Е.А. Варгановой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400с.
43. Фуко М. Археология знания: [пер. с фр.] / М. Фуко. – СПб.: Гуманитар. акад., 2004. – 412,[3].
44. Фукуяма Ф. Великий разрыв / Ф. Фукуяма [пер. с англ. А. Александрова]. – М.: АСТ. – 2003.
45. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. 4-е международное издание. – СПб.: «ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК», 2002. – 448 с.
46. Хелемендик В. С. Союз пера, микрофона и телекамеры (Опыт системного исследования). М., «Мысль», 1977. С.33.
47. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. М., 2001. гл. 2-3.
48. Эко У. Отсутствующая структура: введение в семиологию / У. Эко; пер.: А.Г. Погоняйло и В.Г. Резник. – СПб.: Петрополис, 1998. – 430 с.
49. Эпштейн М.Н. Виртуальные книги // Звезда. – М.: 2004. № 8. – С. 218-234.

Научные труды, монографии и статьи

50. Барт Р. Мифологии. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2004.
51. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. М., 1999. Гл. 2, 3, 5, 6.
52. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006.
53. Бурдые П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002.
54. Винер Н. Человек управляющий. СПб., 2001.
55. Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М.: Весь мир, 2004.
56. Докучаев И.И. Введение в историю общения. Исторические типы общения. СПб., 2004.
57. Иванов Вяч. Вс. Наука о человеке: введение в современную ан-тропологию. М.: РГГУ, 2004.
58. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
59. Крэйг Р.Т. Теория коммуникации как область знания //компаративистика-ш: Альманах сравнительных социогуманитарных исследований / Под ред. Л.А. Вербицкой, В.В. Васильковой, В.В. Козловского, Н.Г. Скворцова. — СПб.: Социологическое общество им. М.М. Ковалевского, 2003. С. 5-44.
60. Лиотар Ж.Ф. Состояние постмодерна. СПб.: Алетейа, 1998.
61. Лотман Ю.М.Внутри мыслящих миров: человек – текст – семиосфера – история М.: Языки рус. культуры, 1999.
62. Луман Н. Власть. М.: Праксис, 2001.
63. Маклюен М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Канон-Пресс- Ц «Кучково поле», 2003.
64. Тоффлер Э. Метаморфозы власти: знание, богатство и сила на пороге XXI века. М.: АСТ, 2001.
65. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб: Наука, 2000.
66. Шарков Ф.И. Истоки и парадигмы исследований социальной коммуникации // Социологические исследования. 2001. №8. С.52 -61.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>
 Информационные справочные системы:
 Консультант Плюс
 Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Состав программного обеспечения:

Windows
 Microsoft Office
 Kaspersky Endpoint Security
 Adobe Master Collection
 AutoCAD
 Archicad
 SPSS Statistics
 ОС «Альт Образование»
 Visual Studio
 Adobe Creative Cloud

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

Информационные справочные системы:

Консультант Плюс
 Гарант

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:

- устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
- дисплеем Брайля PAC Mate 20;
- принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих:

- автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;

- акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских/ практических занятий

Семинар 1. Основные компоненты системы массовой коммуникации (СМК) и системы СМИ.

Учебные вопросы

1. Состав системы СМИ.
2. Система массовых коммуникация и система СМИ.
3. Интернет как системоформирующий фактор формирования СМК.
4. Медиа свойства СМК.
5. Модель Маклюена и психоаналитическая модель СМК (вытеснение либидо и танатоса в коллективное бессознательное).
6. Медиированная реальность, конструкционизм, и информационно-коммуникативное пространство.

Темы устных выступлений:

1. Коммуникативная картина социальной реальности.
2. Концепции развития технологических предпосылок коммуникации.
3. Многообразие проявлений коммуникации в современном обществе.
4. Общие культурные предпосылки изучения и реализации коммуникации.
5. Особенности самоопределения современного специалиста по коммуникациям.
6. Особенности технократического и социально-гуманитарного подходов к трактовке коммуникации.
7. Парадигмальная природа коммуникации.
8. Понятие коммуникации как информационно-смыслового взаимодействия.
9. Проблема определения коммуникации.
10. Существенные признаки коммуникации.
11. Технично-технологическая база современных коммуникаций: этапы становления, состав, перспективы развития.
12. Технологические предпосылки формирования и развития систем коммуникации.
13. Факторы актуальности теоретического обоснования коммуникации.

Литература

Основная:

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Систем, требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5; экран 10". - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1018823>
2. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/872861>

Дополнительная:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология»,

- «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038950>
 3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038948>
 4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1034605>
 5. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039474>

Рекомендуемая:

1. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 174 с.
2. Дебрэ Р. Введение в медиологию / Пер. с франц. — М.: Праксис, 2010.
3. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций / Л.М. Землянова. – М.: Изд. МГУ, 1999. – 300 с.
4. Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман; Пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров. – М.: Логос, 2005. – 280 с.
5. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г.М. Маклюэн; пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М.: Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.

Интернет-ресурсы

1. Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>
2. Ресурс дистанционной поддержки очного обучения <http://urrdo.rggu.ru/tpos/>
3. Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru/>
4. Report.ru. Сообщество экспертов (www.report.ru)
5. Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru/>
6. Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledgemanagement.report.ru/>
7. Информационная поддержка предпринимательства http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91

Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

Семинар 2. Место и значение медиаисследований в гуманитарном знании.

Цель занятия: рассмотреть возможность социальной коммуникации, раскрыть основания выделения и содержание коммуникативных практик и видов коммуникации, охарактеризовать использование различных видов коммуникации в профессиональной деятельности.

Учебные вопросы.

1. Терминологический аппарат исследований СМИ.
2. Основные теории и концепции, посвященные устному и письменному слову до институционализации исследований СМИ.
3. Факторы институционализации исследований СМИ, парадигматические признаки.
4. От теории журналистики к теории медиа: динамика медиаисследований.
5. Место и значение медиаисследований в гуманитарном знании.

Творческое задание (готовится всеми студентами, или в порядке согласованном с ведущим преподавателем).

Подготовьте эссе на тему:

«Человек медиа или медиа человека».

Литература**Основная:**

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1018823>
2. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/872861>

Дополнительная:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038950>
3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038948>
4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039474>

Рекомендуемая:

1. Бакулев Г.П. Новые медиа: теория и практика. М., 2008. Гл. 1.
2. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации. М.: КНОРУС, 2010. С. 62-63, 81.
3. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. М., 2002. С. 38-45.
4. Статьи: Общество. Практика // Социальная философия: Словарь/ Сост. и ред. В.Е. Кемеров, Т.Х. Керимов. М.: Академический Проект, 2003.
5. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. Словарь-справочник. М., 2002.

Интернет-ресурсы

1. Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>
2. Ресурс дистанционной поддержки очного обучения <http://urrdo.rggu.ru/tpos/>
3. Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru/>
4. Report.ru. Сообщество экспертов (www.report.ru)
5. Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru/>
6. Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledge management.report.ru/>
7. Информационная поддержка предпринимательства http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91

Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

Семинар 3. Понятие медиалогии

Целевая установка: раскрыть содержание науки медиалогии и ее теоретико-методологических оснований.

Учебные вопросы:

1. Коммуникативные науки, коммуникатология, коммуникативистика, медиология.
2. Объект и предмет медиалогии.
3. Философская рефлексия современных медиа.
4. Постструктурализм, семиотика, посмодернизм, феноменология, герменеватика.
5. Философия медиа.

Литература

Основная:

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Систем, требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5; экран 10". - ISBN 978-5-7598-1488-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1018823>
2. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с.: ISBN 5-238-00960-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/872861>

Дополнительная:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-7567-0824-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038950>

3. Медиа-система России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Варгановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - ISBN 978-5-7567-0864-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038948>
4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - ISBN 978-5-7567-0715-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039474>

Рекомендуемая:

1. Коханова Л.А. Калмыков А.А. Штепа В.И. Информационно-коммуникативная парадигма (на примере научной журналистики). Монография. — Москва. 2008.
2. Трахтенберг А.Д. Дискурсивный анализ массовой коммуникации и парадоксы левого сознания // Полис. Политические Исследования. — 2006. № 4. — С. 44.
3. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций / Л.М. Землянова. — М.: Изд. МГУ, 1999. — 300 с.
4. Гидденс Э. Ускользящий мир: Как глобализация меняет нашу жизнь. М., 2004.

Интернет-ресурсы

1. Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>
2. Ресурс дистанционной поддержки очного обучения <http://urrdo.rggu.ru/tpos/>
3. Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru/>
4. Report.ru. Сообщество экспертов (www.report.ru)
5. Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru/>
6. Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledgemanagement.report.ru/>
7. Информационная поддержка предпринимательства http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91

Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

Семинар 4. Последствия для развития индустрии рекламы и PR новой информационно-коммуникативной парадигмы

Целевая установка: раскрыть прикладное значение моделей и моделирования в изучении коммуникации.

Учебные вопросы:

1. Понятия публичной сферы и общественного мнения.
2. Медиатизация политики. Взаимоотношения власти и журналистика.
3. Принцип свободы слова.
4. Понятие политического дискурса.
5. «Общество спектакля» в политическом дискурсе.
6. Медиакратия.

7. Понятие информационного общества и общества знания. Технологические, социокультурные, политические и цивилизационные предпосылки появления феномена социальных медиа.
8. Проформы медиасообществ. Особенности трансляции смыслов и знаний в медиасообществах, сообществах практики и социальных медиа.
9. Понятие социальности в социальных медиа, практики в сообществах практики. Понятие социального капитала и его наращивание сетевыми средствами.
10. Современный медиатекст. Язык и стиль СМИ.

Литература:

Основная:

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Систем, требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5; экран 10". - ISBN 978-5-7598-1488-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1018823>
2. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с.: ISBN 5-238-00960-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/872861>

Дополнительная:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-7567-0824-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038950>
3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - ISBN 978-5-7567-0864-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038948>
4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - ISBN 978-5-7567-0715-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039474>

Рекомендуемая:

1. Медиафилософия / Под ред. В.В.Савчука. – СПб.: Изд-во СПб. Философского общества, 2008. – 346 с.
2. Калмыков А.А. Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности. URL: <http://jarki.ru/wpress/2011/04/28/2198/>
3. Кастеллс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастеллс; Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитоновой. – Екатеринбург: У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004. – 328 с.

4. Гиренок.Ф.И. О коммуникативной природе современности // Консультант директора № 23 (275) – М.: Инфра М, 2006. С.24-27.

Интернет-ресурсы

1. Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>
2. Ресурс дистанционной поддержки очного обучения <http://urrdo.rggu.ru/tpos/>
3. Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru/>
4. Report.ru. Сообщество экспертов (www.report.ru)
5. Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru/>
6. Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledgemanagement.report.ru/>
7. Информационная поддержка предпринимательства http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91

Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

Семинар 5. Оценка современного состояния прессы, радио, телевидения, интернет.

Учебные вопросы.

1. Типология изданий печатных, радиальных, телевизионных, сетевых (Интернет).
2. Особенности различных способов создания контента и каналов его распространения.
3. Отношения дизайн/контент.
4. Медиаконвергенция. Слои конвергенции и влияние конвергентных процессов на базовые форматы медиа.
5. Новая медийная парадигма.

Литература.

Основная:

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Систем, требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5; экран 10". - ISBN 978-5-7598-1488-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1018823>
2. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура). (переплет) ISBN 978-5-16-006932-6 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/415337>
3. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с.: ISBN 5-238-00960-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/872861>
4. Хорольский, В.В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1036963>

Дополнительная:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-7567-0824-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038950>
3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - ISBN 978-5-7567-0864-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038948>
4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - ISBN 978-5-7567-0715-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039474>

Рекомендуемая:

1. Градюшко А.А. Основы журналистики. Организация работы редакции СМИ. Минск: УО БГУ, факультет журналистики, 2005.
2. Ольга Гусева Резвись рыбка... в социальной сети. URL: <http://jarki.ru/wpress/2010/05/27/1148/>
3. Пять ключевых трендов развития интернета. URL: <http://digit.ru/internet/20130930/406129666.html>
4. Тангейт М. Медиагиганты: Как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
5. Тим Бернерс-Ли, Джеймс Хендлер, Ора Лассила (Перевод: Евгений Золин) Новая форма содержания Сети, понятная компьютерам, произведет революцию в ее возможностях. URL: <http://jarki.ru/wpress/2014/06/09/3129/>.
6. Тим Бернерс-Ли. Интернет научится мыслить. URL: <http://www.vz.ru/society/2008/3/20/153668.html>
7. Фомичева И. Д. Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию. М.: : Аспект-Пресс, 2004.

Интернет-ресурсы

1. Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>
2. Ресурс дистанционной поддержки очного обучения <http://urrdo.rggu.ru/tpos/>
3. Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru/>
4. Report.ru. Сообщество экспертов (www.report.ru)
5. Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru/>
6. Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledgemanagement.report.ru/>
7. Информационная поддержка предпринимательства http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91

Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

Семинар 6. Конвергентные и дивергентные процессы в медиа. Новая информационно-коммуникативная парадигма.

Учебные вопросы.

1. Доминанты гипертекста, интерактивности и социальности в современном медиадискурсе.
2. Медиа, гипермедиа и трансмедиа. Состав и структура.
3. Позиция журналисткой, рекламной и ПР-деятельности в системных образованиях: медиа, гипермедиа и трансмедиа.
4. Форматы донгрида, трансмедийного сторителлинга, компонентного авторинга.

Литература.

Основная:

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Систем, требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5; экран 10". - ISBN 978-5-7598-1488-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1018823>
2. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с.: ISBN 5-238-00960-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/872861>

Дополнительная:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-7567-0824-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038950>
3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - ISBN 978-5-7567-0864-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038948>
4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - ISBN 978-5-7567-0715-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039474>

Рекомендуемая:

1. Градюшко А.А. Основы журналистики. Организация работы редакции СМИ. Минск: УО БГУ, факультет журналистики, 2005.
2. Ольга Гусева Резвись рыбка... в социальной сети. URL: <http://jarki.ru/wpress/2010/05/27/1148/>
3. Пять ключевых трендов развития интернета. URL: <http://digit.ru/internet/20130930/406129666.html>

4. Тангейт М. Медиагиганты: Как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
5. Тим Бернерс-Ли, Джеймс Хендлер, Ора Лассила (Перевод: Евгений Золин) Новая форма содержания Сети, понятная компьютерам, произведет революцию в ее возможностях. URL: <http://jarki.ru/wpress/2014/06/09/3129/>.
6. Тим Бернерс-Ли. Интернет научится мыслить. URL: <http://www.vz.ru/society/2008/3/20/153668.html>
7. Фомичева И. Д. Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию. М.: Аспект-Пресс, 2004.

Интернет-ресурсы

1. Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>
2. Ресурс дистанционной поддержки очного обучения <http://urrdo.rggu.ru/tpos/>
3. Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru/>
4. Report.ru. Сообщество экспертов (www.report.ru)
5. Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru/>
6. Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledgemanagement.report.ru/>
7. Информационная поддержка предпринимательства http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91

Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

Семинар 7. Последствия для развития медиаиндустрии новой информационно-коммуникативной парадигмы

Учебные вопросы.

1. Понятие эпистемического дискурса в семантических сетевых пространствах. Средства формирования и управления дискурсом.
2. Автоматизация и кибернетизация управления дискурсом и производством контента.
3. Медиаобразованность как новая цивилизационная детерминанта.
4. Соотношение медиаобразованности и информационно-технологической культуры личности.
5. Понятие медиа-культуры.
6. Социальный заказ системе образования на формирование медиакультуры личности.
7. Угрозы приближения к точке сингулярности развития технологий веб-4.0.

Литература.

Основная:

1. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Систем, требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5; экран 10". - ISBN 978-5-7598-1488-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1018823>

2. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва :ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с.: ISBN 5-238-00960-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/872861>

Дополнительная:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-7567-0824-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038950>
3. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - ISBN 978-5-7567-0864-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038948>
4. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1034605>
5. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс. 2014. — 184 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - ISBN 978-5-7567-0715-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039474>

Рекомендуемая:

1. Бурдые П. О телевидении и журналистике. М., 2002.
2. Ван Дейк Т. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
3. Вартанова Е. Л. (ред.) От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России. М.: Изд-во МГУ, 2019.
4. Градюшко А.А. Основы журналистики. Организация работы редакции СМИ. Минск: УО БГУ, факультет журналистики, 2005.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.
6. Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005.
7. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.; Жуковский, 2003.
8. Моль А. Социодинамика культуры. М., 2007.
9. Ольга Гусева Резвись рыбка... в социальной сети. URL: <http://jarki.ru/wpress/2010/05/27/1148/>
10. Пять ключевых трендов развития интернета. URL: <http://digit.ru/internet/20130930/406129666.html>
11. Тим Бернерс-Ли, Джеймс Хендлер, Ора Лассила (Перевод: Евгений Золин) Новая форма содержания Сети, понятная компьютерам, произведет революцию в ее возможностях. URL: <http://jarki.ru/wpress/2014/06/09/3129/>.
12. Тим Бернерс-Ли. Интернет научится мыслить. URL: <http://www.vz.ru/society/2008/3/20/153668.html>
13. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. М., 2006.
14. Хезмондалш Д. Культурные индустрии. М., 2014.
15. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. М., 1997.

Интернет-ресурсы

1. Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>

2. Ресурс дистанционной поддержки очного обучения <http://urrdo.rggu.ru/tpos/>
3. Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru/>
4. Report.ru. Сообщество экспертов (www.report.ru)
5. Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru> ()
6. Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledgemanagement.report.ru/>
7. Информационная поддержка предпринимательства http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91

Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Письменные работы по курсу (методический проект) выполняются на листах белой бумаги формата А4 (стандартная бумага для принтера). Поля - сверху, снизу и справа 2,5 см, слева 3 см. Шрифт желателен использовать стандартный, без насечек (рекомендуется гарнитура Times New Roman), кегль 12, интервал одинарный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц внизу посередине. Они нужны везде, кроме первого (титульного) листа. Для оформления ссылок используйте функцию «сноски внизу страницы» в программе Word.

Каждый раздел работы, если он занимает несколько страниц, целесообразно начинать с новой страницы. Если раздел занимает полстраницы, новый раздел можно начать на текущей. Названия разделов выделить жирным шрифтом, выравнивать по центру.

При выставлении оценок за текст исследовательского проекта учитывается: объем и качество проведенной работы с научной литературой по теме исследования, содержание и стиль изложения самого текста проекта, наличие и качество справочно-библиографического аппарата работы, умение студента анализировать прочитанное, сравнивать различные точки зрения на проблему и аргументировать собственное мнение, оформление исследовательского проекта.

Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Теория и практика медиакоммуникаций» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой интегрированных коммуникаций и рекламы.

Цель дисциплины – сформировать понимание основных принципов работы с информацией для массовой аудитории с помощью каналов массовой коммуникации. овладеть целостным представлением об актуальном состоянии системы медиакоммуникаций, основных тенденциях ее развития, теоретических концепциях и методах медиаисследований в целях решения задач рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- дать представление о современных теориях массмедиа, о системе СМИ, о подходах к изучению СМИ;
- дать представление о профессии журналиста, правовых и этических аспектах работы в СМИ;
- дать представление о системе жанров СМИ, об основных характеристиках медиапродукта и массовой аудитории;
- познакомить основами медиаэкономики, медиапроизводства и медиапродвижения.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

- УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
- ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
- ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
- ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: мировые тенденции развития медиаотрасли и базовые принципы формирования медиасистем; особенности национальных медиамodelей, в том числе специфику функционирования российских СМИ; специфику разных типов СМИ и других медиа.

Уметь: формулировать цели и задачи исследований СМИ; аналитическую работу в рамках специализированных организаций и подразделений предприятий индустрии СМИ; осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ

Владеть: навыками использования терминологического аппарата и теоретических знаний при исследовании и анализе медиа; представлением о имеющемся мировом опыте в создании медиакоммуникационного продукта.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой и экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

The discipline "Theory and Practice of Media Communications" is implemented at the Faculty of Advertising and Public Relations by the Department of Integrated Communications and Advertising.

Purpose of the discipline – to form an understanding of the basic principles of working with information for a mass audience using mass communication channels. acquire a holistic view of the current state of the media communications system, the main trends in its development, theoretical concepts and methods of media research in order to solve the problems of advertising and public relations.

Tasks of the discipline:

- to give an idea about modern theories of mass media, about the media system, about approaches to the study of the media;
- to give an idea about the profession of a journalist, the legal and ethical aspects of working in the media;
- to give an idea about the system of media genres, about the main characteristics of the media product and the mass audience;
- introduce the basics of media economics, media production and media promotion.

The discipline is aimed at the formation of competencies:

- UC-1. Able to search, critically analyze and synthesize information, apply a systematic approach to solve tasks
- GPC-1. Able to create media texts and (or) media products and (or) communication products in demand by society and industry in accordance with the norms of Russian and foreign languages, features of other sign systems
- GPC-5. Able to take into account in professional activities the development trends of media communication systems of the region, country and the world, based on the political and economic mechanisms of their functioning, legal and ethical norms of regulation
- GPC-7. Able to take into account the effects and consequences of their professional activities, following the principles of social responsibility

As a result of mastering the discipline, the student must:

To Know: global trends in the development of the media industry and the basic principles of the formation of media systems; features of national media models, including the specifics of the functioning of the Russian media; the specifics of different types of media and other media.

To Be able to: formulate the goals and objectives of media research; analytical work within the framework of specialized organizations and divisions of enterprises in the media industry; to carry out the author's activities, taking into account the specifics of different types of media

To own: the skills of using the terminological apparatus and theoretical knowledge in the study and analysis of media; understanding of the existing world experience in creating a media communication product.

The discipline provides for intermediate certification in the form of a test with an assessment and an exam. The total labor intensity of mastering the discipline is 4 credit units.