

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования
«Кубанский социально-экономический институт (КСЭИ)»

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Основы медиакоммуникаций

Журналистика 42.03.02.
Направление подготовки с кодом

Журналистика и медийный бизнес
Направленность

Бакалавр
Квалификация (степень) выпускника

Очная, заочная
Форма обучения: очная и заочная

КРАСНОДАР 2018

Составитель:

Павлова О.А. — доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Рецензент:

Мороз О.Н. — доктор филологических наук, профессор кафедры публицистики и журналистики ФГБОУ ВО «Кубанского государственного университета»

РПД обсуждена и утверждена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций, протокол № 9 от 27 июня 2018 года

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины (модуля) «Основы медиакommunikаций» является формирование у студентов системного представления о современных теоретических подходах к изучению медиакommunikаций при демонстрации значимости междисциплинарного знания в области медиаисследований в аспекте сотрудничества с медийными структурами, представителями различных сегментов общества.

Задачами курса являются:

1. Формирование общих представлений об истоках и структуре современных медиакommunikаций.
2. Уяснение взаимосвязи между понятиями «коммуникация», «аудиовизуальная коммуникация», «массмедиа», «средства массовой информации», «электронные медиа» и выстраивание их в четкую терминосистему.
3. Изучение основных этапов развития аудиовизуальной коммуникации (печать, фотография, радио, кино, телевидение, интернет).
4. Знакомство с важнейшими технологическими открытиями.
5. Характеристика основных теоретических концепций медиакommunikаций в исторической ретроспективе.
6. Формирование целостного представления о системе научного знания в области коммуникации, включая основные научные центры формирования этих знаний.
7. Выработка навыков использования теории медиакommunikаций в качестве концептуальной основы для анализа процессов, происходящих в сфере медиа.
8. Формирование навыков работы с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организации интерактивного общения с аудиторией, использования социальных сетей и других современных медиасредств.
9. Знакомство с технологиями создания общественного резонанса публикаций.
10. Овладение техникой проведения на базе СМИ социально значимых акций.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенции, знания, умения, навыки)

Шифр компетенции и расшифровка	Знать	Уметь	Владеть
ПК-6 способностью к сотрудничеству с представителями различных	▪ основные теории массмедиа и существующие подходы к их классификации;	▪ применять изученные теоретические подходы и модели к анализу медиакommunikации;	▪ навыками сотрудничества и взаимодействия с представителями различных сегментов

сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций.	■ основные концепции, раскрывающие природу, функции и механизмы влияния медиа на общественное (массовое) сознание; ■ мировые тенденции развития медиаотрасли и базовые принципы формирования медиасистем; ■ особенности национальных медиамodelей, в том числе специфику функционирования российских СМИ; ■ важнейшие инновационные практики в сфере массмедиа.	ций в современном обществе; ■ работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной); ■ организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства; ■ разработать локальный авторский медиапроект с учетом важнейших инновационных практик в сфере массмедиа; ■ разрабатывать, корректировать и анализировать концепцию СМИ; ■ обеспечивать общественный резонанс публикаций.	тов общества; ■ навыками применения знаний теорий медиакоммуникации в научных и общественных дискуссиях, затрагивающих роль медиа в современном обществе; ■ навыками анализа мировых тенденций развития медиаотрасли; ■ технологией разработки концепции СМИ и локального авторского медиапроекта; ■ навыками организации и проведения на базе СМИ социально значимых акций.
--	--	---	--

3. Место дисциплины в структуре ООП:

Блок 1. Дисциплины (модули)	Дисциплина по выбору вариативной части
-----------------------------	--

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Очная форма

ЗЕТ	Часов академических	Контактная работа обучающегося с преподавателем			Самостоятельная работа	Формы контроля, семестр
		Лекции	Семинары, практические, лабораторные	Консультации		
4	144	32	32	2	60	Экзамен / 4

Заочная форма

ЗЕТ	Часов академических	Контактная работа обучающегося с преподавателем			Самостоятельная работа	Формы контроля, курс
		Лекции	Семинары, практические, лабораторные	Консультации		
4	144	6	10	-	119	Экзамен / 4

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий по каждой форме обучения

Очная форма

№	Тема (раздел) дисциплины	Академические часы	Вид учебного занятия
1	Введение в теорию медиакommunikаций. Способы коммуникация в первобытных и древних обществах	2	л
2	Становление и развитие письменности: от пиктограммы до алфавита	4	л
3	Зарождение массовой коммуникации в античности и техническое развитие медиакommunikаций	2	л
4	Печатная периодика, массовое радиовещание, телевидение и интернет как этапы развития медиакommunikаций	2	л
5	Введение в теорию медиакommunikаций	2	л
6	Нормативные и «внутрицеховые» теории медиа	2	л
7	Психологические теории медиавоздействия	4	л
8	Структурный функционализм и системный анализ медиа	4	л
9	Культурно-критические теории медиа	2	л
10	Интерпретативные теории медиа	4	л
11	Теории информационного общества и глобализации	2	л
12	Специальные теории медиа	2	л
13	Основные этапы в истории медиакommunikаций: от жеста до письменности	2	с

14	Зарождение массовой коммуникации и техническое развитие медиакоммуникации	2	с
15	Печатная периодика, массовое радиовещание, телевидение и интернет как этапы развития медиакоммуникаций	2	с
16	Дискуссия Специфика воздействия средств массовых коммуникаций на личность	2	с
17	Круглый стол Медиакоммуникационные модели социализации и инкультурации личности	4	с
18	Дискуссия Современные виды массово-коммуникационной деятельности: аутсайдеры и фавориты	2	с
19	Круглый стол Приоритетные функции средств массовых коммуникаций в современном обществе	4	с
20	«Мозговой штурм» Правовое регулирование деятельности массмедиа	2	с
21	Ролевая игра Индивидуальная медиакарта и опыт создания концепции СМИ	4	с
22	Защита авторских локальных медиапроектов	2	с
23	Круглый стол Кодифицирующие и культурно-интерпретационные теории массмедиа	2	с
24	Студенческая конференция Теории массмедиа постиндустриального общества	2	с
25	Защита положений научной статьи, рефератов. Терминологический коллоквиум	2	с

Заочная форма

№	Тема (раздел) дисциплины	Академические часы	Вид учебного занятия
1.	Нормативные и «внутрицеховые» теории медиа	2	л
2.	Психологические теории медиавоздействия	2	л
3.	Структурный функционализм и системный анализ медиа	2	л
4.	Круглый стол Медиакоммуникационные модели социализации и инкультурации личности	2	с

5.	Дискуссия Современные виды массово-коммуникационной деятельности: аутсайдеры и фавориты	2	с
6.	Круглый стол Приоритетные функции средств массовых коммуникаций в современном обществе	2	с
7.	Ролевая игра Индивидуальная медиакарта и опыт создания концепции СМИ	2	с
8.	Защита авторских локальных медиапроектов	2	с

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

Шифр компетенции и ее содержание		
ПК-6 – способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций.		
Этап 1	Знать	З (ПК-6): знать основные тенденции современной социальной стратификации РФ, мирового сообщества и быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.
Этап 2	Уметь	У (ПК-6): уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ, разработке локального медиапроекта.
Этап 3	Навыки и (или) опыт деятельности – Владеть	В (ПК-6): обладать навыками создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ социально значимых акций.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Этап	Критерий оценивания	Показатель оценивания	Шкала оценивания				Средство оценивания
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетительно	
1. Знать	Полнота, система	Объем, качество	Знает основные	Знает основные	Фрагментарно,	Не знает важ-	1. Кейс-задание

	тем- ность, проч- ность знаний; обобщен- ность знаний	знаний в облас- ти инно- вацион- ных ме- дийных практик, приме- нение теоре- тиче- ских знаний для ана- лиза практи- ческих ситуа- ций	тенден- ции со- времен- ной соци- альной страти- фикации РФ, ми- рового сообщес- тва и важней- шие ин- новаци- онные практики в сфере массме- диа	тенденции современ- ной соци- альной страти- фикации РФ, ми- рового сообщес- тва, важ- нейшие инноваци- онные практики в сфере мас- смедиа, но допускает несущест- венные ошибки при их ха- рактери- стике	бессис- темно знает ос- новные тенден- ции со- времен- ной соци- альной страти- фикации РФ, ми- рового сообщес- тва и важней- шие ин- новаци- онные практики в сфере массме- диа	нейшие иннова- ционные практи- ки в сфере массме- диа, ос- новные тенден- ций со- времен- ной со- циаль- ной страти- фикации РФ и мирово- го со- общес- тва	«Основ- ные этапы в истории медиа- коммуни- каций: от жеста до письмен- ности». 2. Кейс- задание «Зарожде- ние массо- вой ком- муникации и техниче- ское раз- витие ме- диакомму- никаций». 3. Круглый стол «Ко- дифици- рующие и культурно- интерпре- тационные теории массме- диа» 4. Конфе- ренция «Теории массмедиа постинду- стриально- го общест- ва». 5. Коллок- виум
2. Уметь	Степень само- стоя- тельно- сти вы- полне- ния дей- ствия; осознан- ность выпол-	Степень уни- кально- сти мо- дели- руемых концеп- ций СМИ, локаль- ных ме- диапро-	Умеет разраба- тывать, анализи- ровать и коррек- тировать концеп- цию СМИ, модели- ровать	В целом умеет раз- рабаты- вать, ана- лизировать и коррек- тировать концепцию СМИ, мо- делировать локальный проект, ра-	Посред- ственно, шаблонно умеет разраба- тывать, анализи- ровать и коррек- тировать концеп- цию	Не уме- ет раз- рабаты- вать, анали- зировать и коррек- тировать концеп- цию СМИ,	1. Дискус- сия «Спе- цифика воздейст- вия средств массовых коммуни- каций на личность» 2. Круглый стол «Ме-

	нения действия; выполнение действия (умения) в незнакомой ситуации	ектов; уровень продуктивности работы с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), в организации интерактивного общения с аудиторией с использованием социальных сетей и других современных медийных средств	локальный проект, работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства	ботать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, но при этом допускает несущественные ошибки в организации и выполнении данных работ	СМИ, моделировать локальный проект; непродуктивно работает с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной); непроизводительно организует интерактивное общение с аудиторией, посредством используя социальные сети и другие современные медийные средства	моделировать локальный проект; не умеет работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной); не умеет организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства	диакоммуникационные модели социализации и инкультурации личности». 3. Ролевая игра «Индивидуальная медиакарта и опыт создания концепции СМИ» 4. Реферат
3. Владеть	Ответ на вопросы, поставленные преподавателем; решение задач; выполнение практических задач	Степень действенности использования навыков создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ социально значимых акций; владеет	Владеет навыками создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ социально значимых акций; владеет	Недостаточно уверенно владеет навыками создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ социально значимых	Крайне неуверенно владеет навыками создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ социально	Не владеет навыками создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ	1. Дискуссия «Современные виды массово-коммуникационной деятельности: аутсайдеры и фавориты».

		проведения на базе СМИ социально значимых акций; степень эффективности реализации локального авторского медиапроекта; степень продуктивности во взаимодействии с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов.	навыками создания локального авторского медиапроекта, имеет навыки эффективного взаимодействия с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов	акций; в целом владеет навыками создания локального авторского медиапроекта, но допускает несущественные ошибки в их реализации; имеет навыки эффективного взаимодействия с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов, но реализует их недостаточно системно	значимых акций; посредственно владеет навыками создания локального авторского медиапроекта, обнаруживает шаблонность, стереотипность в его моделировании; посредственно владеет навыками эффективного взаимодействия с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов	социально значимых акций; не владеет навыками создания локального авторского медиапроекта; не имеет навыков эффективного взаимодействия с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов	2. Круглый стол «Приоритетные функции средств массовых коммуникаций в современном обществе». 3. Мозговой штурм «Правовое регулирование деятельности массмедиа». 4. Авторский локальный медиапроект 5. Научная статья
--	--	--	---	---	---	--	--

**6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы,
необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта
деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
в процессе освоения образовательной программы**

№ 1

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: 3 (ПК-6): знать основные тенденции современной социальной стратификации РФ, мирового сообщества и быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.

Средство оценивания: Кейс-задание «Основные этапы в истории медиакоммуникаций: от жеста до письменности»

ЗАДАНИЕ

Подготовьте тезисный план устного сообщения на тему: «Влияние типа письменности на менталитет».

№ 2

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: 3 (ПК-6): знать основные тенденции современной социальной стратификации РФ, мирового сообщества и быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.

Средство оценивания: Кейс-задание «Зарождение массовой коммуникации и техническое развитие медиакоммуникаций»

ЗАДАНИЕ

Напишите эссе на тему: «Как повлияло открытие Гуттенберга на дальнейшую историю человечества?». Требования к оформлению: шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14 кегль, межстрочный интервал – 1,5; поля везде – 20 мм; объем – не более 3 страниц.

№ 3

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: У (ПК-4): участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ

Средство оценивания: Дискуссия «Специфика воздействия средств массовых коммуникаций на личность»

ЗАДАНИЕ

Жанр дискуссии предполагает не просто столкновение мнений, а четкую аргументацию своей точки зрения. Данная аргументация должна быть построена на основе ознакомления с соответствующей научной литературой, переосмысленной через призму собственной мировоззренческой позиции.

В ходе самостоятельной подготовки к дискуссии студенты должны найти научные публикации о влиянии СМК на личность и написать эссе на тему «Мое видение проблемы воздействия СМК на личность».

План проведения дискуссии

1. В начале занятия педагог делит студенческий коллектив на две подгруппы. Первая студенческая подгруппа в своих эссе демонстрирует примеры отечественных и зарубежных исследований об отрицательном (негативном) воздействии СМК на личность. Вторая студенческая подгруппа в своих эссе репрезентирует результаты исследований о положительном воздействии СМК на личность.

2. На основе анализа заслушанных эссе разворачивается общая дискуссия, в ходе которой обсуждаются следующие вопросы:

психологические методы воздействия СМК на аудиторию,
двустороннее взаимовлияние массмедиа и аудитории,
психологические и возрастные особенности личности, особо подверженной медиавлияниям;
взаимосвязь ценностей личности с мотивами обращения к медиа;
амбивалентность (двойственность) медиаэффектов при воздействии на личность.

3. В конце семинара студенческий коллектив под руководством преподавателя формулирует тезисы для статьи «Специфика эффектов СМК при воздействии на личность».

4. Формируется инициативная группа, которая должна оформить данные тезисы в статью для «Студгородка» КСЭИ.

№ 4

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: У (ПК-4): участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ

Средство оценивания: Круглый стол «Медиакоммуникационные модели социализации и инкультурации личности»

ЗАДАНИЕ

План проведения круглого стола:

Выступление 5 докладчиков (время выступления – от 10 до 15 мин.); тексты докладов сдаются преподавателю после выступления.

Прения по содержанию всех докладов (максимальное время – 15 мин.).

Выступление докладчика сопровождается краткой презентацией основных положений сообщения. Доклад должен быть представлен в печатном виде, так как после сообщения он сдается преподавателю.

Список тем для научных докладов

1. Классификация медиаэффектов.
2. Технологии манипуляции сознанием в СМК.
3. Медиаагенты, модели медиаинститутов и их роль в социализации личности.
4. Роль телевидения и интернета в социализации личности.
5. Роль массмедиа в формировании моделей социального поведения.
6. Влияние массмедиа на способы самоидентификации и самовыражения молодого поколения.
7. Медиакомпетентность как вид культурной компетентности и способы ее формирования.

№ 5

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: В (ПК-6): обладать навыками создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ социально значимых акций.

Средство оценивания: Дискуссия «Современные виды массово-коммуникационной деятельности: аутсайдеры и фавориты»

ЗАДАНИЕ

Дискуссия ведется по материалам подготовленных докладов, сопровождающихся презентацией их основных тезисов.

Всего в процессе семинарского занятия будет заслушано пять сообщений, одно из которых носит информативный характер, а все последующие – дискуссионный.

Докладчики на данные сообщения за две недели до семинарского занятия назначаются преподавателем, исходя из личных пожеланий студентов. Остальная часть студенческой аудитории готовится к семинарскому занятию, изучая материалы по ключевым проблемам дискуссии. Интерактивная методика занятия проявляется также в том, что подбор и селекцию данных материалов должны осуществить сами студенты. В конце практического занятия педагог попросит предъявить списки использованной студентами литературы.

План проведения дискуссии

1. Информационный доклад на тему: «Виды массово-коммуникативной деятельности».

2. Дискуссионный доклад на тему: «Современное состояние и будущее печатных средств массовой информации».

Вопросы для дискуссии:

- В чем причина невысокого рейтинга печатных СМИ среди современных массмедиа?
 - Печатные СМИ – аутсайдер современных СМИ?
 - Сохранят ли печатные СМИ свою жизнеспособность и как долго это продлится?
 - На настоящий момент что более актуально: массовая («универсальная») газета (журнал) или узкоспециальные издания?
 - Необходима ли разработка ниши «бесплатных» журналов?
3. Дискуссионный доклад на тему: «PR в современном мире».

Вопросы для дискуссии:

- Моделирование имиджа компании (публичного человека) – главная цель современных связей с общественностью?
 - PR-специалист – «главный герой» мультимедийных технологий и интерактивных СМИ?
 - Каков прогноз рейтинга PR в российском постиндустриальном «обществе потребления»?
4. Дискуссионный доклад на тему: «Интернет как высоко технологичная инфокоммуникационная среда».

Вопросы для дискуссии:

- Какова конкурентноспособность в индустрии информации современных интернет-изданий?
- Интернет-СМИ вытеснят традиционные СМИ?
- Блогосфера – это суррогат, симулякр или будущее журналистики?

5. Дискуссионный доклад на тему: «Реклама – королева массовой коммуникации».

Вопросы для дискуссии:

- Реклама – это коммуникация кодами «стереотипов» и социокультурных мифологем?
- Каковы социальные и половозрастные стереотипы в рекламе.
- Информирование, убеждение, побуждение, внушение – какой вид рекламного психологического воздействия является основным?
- Каковы истоки «королевского положения» рекламы в современных средствах массовой коммуникации?

№ 6

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции:

В (ПК-6): обладать навыками создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ социально значимых акций.

Средство оценивания: Круглый стол «Приоритетные функции средств массовых коммуникаций в современном обществе».

ЗАДАНИЕ

Основной целью данного круглого стола является формирования у студентов представления об иерархии функций средств массовых коммуникаций в современном обществе.

План проведения круглого стола:

1. Выступление 5 докладчиков (время выступления – от 10 до 15 мин.); тексты докладов сдаются преподавателю после выступления.
2. Прения по содержанию всех докладов (максимальное время – 15 мин.).

Выступление докладчика сопровождается краткой презентацией основных положений сообщения. Доклад должен быть представлен в печатном виде, так как после сообщения он сдается преподавателю.

Список тем для научных докладов

1. Массмедиа как социальный институт.
2. Функции и дисфункции массмедиа.
3. Массмедиа и социодинамика культуры.
4. Модернизация социальных институтов под воздействием массмедиа.
5. Основные функции средств массовой коммуникации.

№ 7

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции:

В (ПК-6): обладать навыками создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ социально значимых акций.

Средство оценивания: Мозговой штурм «Правовое регулирование деятельности массмедиа».

ЗАДАНИЕ

«Мозговой штурм» – это разновидность групповой дискуссии, для которой характерно отсутствие критики поисковых усилий, сбор всех вариантов решений, гипотез и предложений, возникающих в процессе коллективного обсуждения проблемы. Все варианты решения проблемы анализируются коллективом с точки зрения перспективы их реализации на практике.

В качестве основной подготовки к занятию студенты изучают ФЗ:

1. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 03.07.2016) «О средствах массовой информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016).
2. Закон РФ от 24.11.2014 N 364-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об информации, информационных технологиях и о защите информации” и Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации».
3. Закон РФ от 09.07.1993 N 5351-1 (ред. от 20.07.2004) «Об авторском праве и смежных правах»
4. Закон РФ от 18.12.2006 г. N 231-ФЗ «О введении в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»

Вопросы для мозгового штурма

Проблема защиты авторского права в Российской Федерации

Отличия правового регулирования электронных СМИ от печатных

План (этапы) проведения мозгового штурма

1. Постановка и осмысление проблемы.

Преподаватель предлагает варианты видения проблемы. Затем в ходе дискуссии (не более 5 минут) студенты предлагают свое понимание проблемной ситуации, определяется сценарий проведения занятия и его итоги.

2. Генерирование вариантов решения проблемы.

Студенты предлагают свои способы решения существующей проблемы, озвучивая свои идеи без доказательств. Принимаются к рассмотрению все идеи – от реальных до фантастических и трудновыполнимых.

Идеи фиксируются как преподавателем, так и активистом из студенческого коллектива. Лимит времени для выступающих – не более 30 секунд. Идеи выслушиваются до того момента, пока выступит не менее пятидесяти процентов от числа обучаемых.

3. Поиск аргументов в защиту предложенных решений проблемы.

В ходе этого этапа студенческая группа делится на подгруппы (по 3–5 человек). Происходит жеребьевка ранее выдвинутых вариантов. Далее команды должны за 7–10 минут предоставить как можно больше предложений по аргументации доставшейся идеи. Подчеркнем, что студенты должны будут работать со всеми вариантами, включая те, которые им не нравятся, но достались в ходе жеребьевки.

4. Отбор наиболее аргументированных вариантов решений.

Для отстаивания своей идеи от каждой подгруппы делегируется по 1 представителю, который должен представить работу подгруппы перед аудиторией за 1–2 минуты. По итогам выступлений отбирается половина наиболее удачных докладов, над которыми и продолжают работу студенты.

5. Критика отобранных решений.

Группа снова разбивается на подгруппы (3–5 человек), среди которых опять происходит жеребьевка оставшихся идей (вариантов). Задача подгрупп – за 7–10 минут высказать наибольшее количество критических замечаний в адрес доставшейся идеи, обнаружить ее слабые стороны. Чем больше недостатков, слабостей, неясностей обнаружит подгруппа в варианте решения проблемы, тем лучше удастся найти решения на более поздних стадиях.

6. Отбор наиболее оптимальных решений проблемы.

Этот этап аналогичен четвертому: оставшиеся решения проблемы подвергаются тотальной критике. В результате останется только половина идей, критика которой будет наиболее убедительной.

7. Продумывание способов реализации отобранных решений.

Вновь происходит укрупнение подгрупп, а также осуществляется жеребьевка оставшихся способов решения проблемы, поставленной в начале занятия. Задача каждой из подгрупп – разработка конкретных способов реализации оставшихся предложений, т. е. собственно решения проблемы.

8. Обсуждение способов решения проблемы.

В ходе третьего тура обсуждения допускаются как хвалебные, так и оппонентские выступления. Целесообразно, чтобы в итоге оказалось несколько победителей. Следовательно, основная задача данного этапа – пока-

звать студентам, что не существует единственно верного способа решения проблемы.

9. Подведение итогов.

Преподаватель подводит итоги проделанной работы, отмечая способы решения проблемы, оказавшиеся вне поля зрения студентов, и предлагая свой вариант решения проблемы. Кроме того, преподаватель может попросить студентов произвести самоанализ прошедшего занятия и своей работы в нем.

№ 8

способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: У (ПК-4): участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ

Средство оценивания: Ролевая игра «Индивидуальная медиакарта и опыт создания концепции СМИ»

ЗАДАНИЕ

Ролевая игра предполагает деятельность студентов в рамках выбранных ими ролей, которая обусловлена характером роли, а не заданным, как, например, в деловой игре, сценарием поведения. Игроки могут свободно импровизировать в рамках выбранных правил, определяя направления и исход игры. Причем исход игры может носить несколько вариантов, в зависимости от игровых моделей поведения, выбранных участниками.

Ролевая игра как форма проведения занятия отличается от деловой игры тремя специфическими особенностями:

1) правила деловой игры регламентированы, тогда как ролевая игра построена на импровизации, ограниченной только спецификой роли;

2) если в деловой игре перед игроками стоит необходимость достижения общей цели, то в ролевой игре ролевые цели игроков могут не совпадать и даже противоречить друг другу;

3) если в деловой игре сюжет и система действующих лиц прописаны в сценарии, то в ролевых играх одну и ту же роль в заданной ситуации могут последовательно проигрывать несколько участников, что позволяет анализировать разные варианты поведения и их эффективность.

Цели данной ролевой игры – научить студентов составлять медиакарты и формулировать (корректировать) концепцию СМИ.

Для достижения этих целей студенты перед семинарским занятием должны выполнить следующие задания:

(1) выучить значение терминов и терминологических выражений: медиакарта, концепция, миссия, стратегия, продвижение СМИ;

(2) письменно подготовить проект опроса целевой аудитории, который должен содержать от 10 до 15 вопросов;

(3) письменно составить перечень отраслевых и узкопрофильных изданий, передач на радио и телевидении, наиболее интересных для адвокатской конторы и клиники пластической хирургии.

Оба письменных задания выполняются в двух экземплярах, один из которых в начале занятия сдается преподавателю, а второй остается на руках у студента, так как понадобится во время ролевой игры.

План проведения игры

1. В начале занятия преподаватель, учитывая студенческие предпочтения, делит группу на две равные части. Одна подгруппа играет роль прессы; другая – представителей адвокатской конторы «Фемида».

2. Используя заготовленные дома опросники, которые корректируются в ходе занятия-игры, «пресса» задает «адвокатам» из конторы «Фемида» вопросы. Опрос должен продолжаться не более 15 минут.

3. Затем представители «адвокатов» и «прессы» в своих подгруппах в течение 15 минут должны составить четыре документа: (1) итоговый вариант опросника целевой аудитории, (2) характеристику портрета целевой аудитории, (3) медиакарту для адвокатской конторы «Фемида», (4) собственный вариант СМИ с описанием его концепции.

4. Данные документы выносятся на всеобщее обсуждение, причем концепция «нового» СМИ подвергается групповой корректировке; коллегиально выбирается лучший вариант «нового» СМИ и медиакарты.

5. Игра «перезагружается». Теперь «адвокаты» играют роль прессы, а «пресса» – роль сотрудников клиники пластической хирургии «Афродита».

6. Используя заготовленные дома опросники, которые корректируются в ходе занятия-игры, пресса задает сотрудниками из «Афродиты» вопросы. Опрос должен продолжаться не более 15 минут.

7. Представители «Афродиты» и «прессы» в своих подгруппах в течение 15 минут должны составить четыре документа: (1) итоговый вариант опросника целевой аудитории, (2) характеристику портрета целевой аудитории, (3) медиакарту для клиники пластической хирургии «Афродита», (4) собственный вариант СМИ с описанием его концепции.

8. Данные документы выносятся на всеобщее обсуждение, причем концепция «нового» СМИ подвергается групповой корректировке; коллегиально выбирается лучший вариант «нового» СМИ и медиакарты.

№ 9

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редак-

ционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции:

В (ПК-6): обладать навыками создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ социально значимых акций.

Средство оценивания: Авторский локальный медиапроект

ЗАДАНИЕ

Локальный медиапроект – это проект, ориентированный на региональную тематику. Региональная журналистика – это значимо и важно, так как можно найти локальные темы, которые будут интересны не только, к примеру, жителям Краснодар, но и в России, а также за рубежом.

Локальный медиапроект может быть запланирован в любом типе медиакоммуникаций, т.е. в качестве площадки для реализации проекта могут быть задействованы печатные СМИ, радио, телевидение, интернет.

Что касается содержательной стороны проекта, то здесь приветствуется студенческая инициатива, и проект может быть в какой угодно форме – от детского радио до новостного городского паблика.

На семинаре будет проведен конкурс авторских локальных проектов, и три лучших проекта получают возможность реализации на площадке агентства медийного продвижения «Вектор».

Правила оформления авторского локального медиапроекта

1. Проект должен занимать 2–3 страницы текста.
2. Требования к оформлению печатного текста: шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14 кегль, межстрочный интервал – 1,5; поля: слева – 30 мм, справа – 15 мм, сверху и снизу – 20 мм; отступ первой строки абзаца – 1,25, сноски – постраничные; обязательна нумерация страниц.
3. Титульный лист (название компании, дата запуска пилотного экземпляра, планы на ближайший год).
4. Компания (название, местоположение, форма собственности, юридическая форма хозяйствования, сущность бизнеса).
5. Целевая аудитория.
6. Концепция и миссия компании (цели деятельности).
7. Стадии развития проекта (начало дела; в случае продолжения бизнеса дается информация об образовании фирмы).

Рассказ о проекте должен сопровождаться презентацией объемом от 10 до 15 слайдов.

№ 10

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редак-

ционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: 3 (ПК-6): знать основные тенденции современной социальной стратификации РФ, мирового сообщества и быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.

Средство оценивания: Круглый стол «Кодифицирующие и культурно-интерпретационные теории массмедиа.

ЗАДАНИЕ

План проведения круглого стола:

1. За три недели до проведения семинара преподаватель, учитывая пожелания обучающихся, делит студенческий коллектив на 5 (пять) подгрупп. Каждому образовавшемуся студенческому сообществу назначается тема для подготовки сообщения и презентации к нему.
2. Выступление 5 докладчиков (время выступления – от 15 до 20 мин.); тексты докладов сдаются преподавателю после выступления. От подгруппы, представляющей тему, может выступать как один студент, так и несколько человек.
3. Прения по содержанию всех докладов (максимальное время – 15 мин.).
4. Выступление докладчиков сопровождается краткой презентацией основных положений сообщения. Доклад должен быть представлен в печатном виде, так как после сообщения он сдается преподавателю.

Презентация № 1. Подходы к классификации теорий медиа и медиакоммуникаций

1. Классификации теорий медиакоммуникаций по принадлежности к научным дисциплинам; по объектам и (или) направлениям исследования; по исследовательским парадигмам. Классификация теорий медиакоммуникаций Д. Макуэйла.
2. Ограничения классификаций теорий медиа.
3. Ключевые категории и вопросы современных медиаисследований.
4. Научные журналы по медиа и коммуникациям.

Презентация № 2. Нормативные и «внутрицеховые» теории медиа и медиакоммуникаций

1. «Четыре теории прессы».
2. Современные нормативные модели медиа.
3. Теории гейткипинга в медиасфере.
4. Теории новостных ценностей.
5. Исследования социализации журналистов.

Презентация № 3. Психологические теории медиавоздействия

1. Этапы изучения эффектов медиавоздействия.
2. Теории пропаганды.
3. Теории ограниченных медиаэффектов.
4. Современные теории медиавоздействия.
5. Основные направления исследований медиавоздействия.

Презентация № 4. Культурно-критические теории медиа

1. Марксизм, критическая теория и медиа.
2. Теория коммодификации культуры.
3. Концепции гегемонии и идеологии.
4. Концепция символической власти.
5. Влияние медиакультуры и медиаграмотность.

Презентация № 5. Интерпретативные и функционально-системные теории медиа

1. Массмедиа и социодинамика культуры. Социодинамика культуры А. Моля.
2. Четыре доктрины медиавоздействия (демагогическая, догматическая, культуралистская, динамическая). «Манипулятивная» и «формирующая» программы СМК. Неофункционализм: теория социальных систем Н. Лумана.
3. Массмедиа как аутопойетическая система. «Реальность массмедиа» и наблюдения второго порядка.
4. Массмедиа и социальное конструирование реальности.
5. Медиа в контексте семиотики и структурализма.
6. Теории дискурса и критический дискурс-анализ.

№ 11

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: 3 (ПК-6): знать основные тенденции современной социальной стратификации РФ, мирового сообщества и быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.

Средство оценивания: Конференция «Теории массмедиа постиндустриального общества»

ЗАДАНИЕ

Темы научных сообщений

1. Информационное общество: понятие и классификация теорий.
2. Теории постиндустриализма / постмодернизма.
3. Теории непрерывной информатизации общества.
4. Теории медиации vs теории медиатизации.
5. Кибероптимизм vs киберскептицизм.
6. Теория новых медиа и новая теория медиа.
7. Теории медиапространства.
8. Теории медиасобытий и медиаритуалов.
9. Теории медиатизации социальных движений.

План проведения конференции:

1. Выступление 4–5 докладчиков конференции (время выступления докладчика 7–10 мин).
2. Представление и знакомство со стендовыми докладами, ответы докладчиков на вопросы слушателей (40–45 мин.)
3. Подведение итогов конференции, проведение конкурса «5 самых интересных стендовых докладов».

№ 12

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: 3 (ПК-6): знать основные тенденции современной социальной стратификации РФ, мирового сообщества и быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.

Средство оценивания: Коллоквиум

ЗАДАНИЕ

Список понятий, терминов и выражений для теоретического коллоквиума

Аделиб
Атрибуция
Аудитория
Баннер (banner)
Белый шум
Бестселлер

Брифинг
Верификация
Видеоньюсрелизы
Гипертекст
Дезинформация
Дезориентация

Деидеологизация	Менеджмент
Демагогия	Ментальность
Деонтология	Мониторинг
Диффамация	Мотивация
Желтая пресса	Новость
Заголовок (хэдлайн)	Оригинал-макет
Избирательные технологии	Паблсити
Инсайдер	Патернализм
Информационный краудсорсинг	Пилотный номер
Кадроплан	Плагиат
Компиляция	Полоса
Контент	Прайм-тайм
Консалтинг (consulting)	Пресс-релиз
Контент-анализ	Провайдер
Контрпропаганда	Рейтинг
Контрреклама	Слоган
Копипаст	Софизм
Копирайт (copyright, ©)	Спичрайтер
Корректурные знаки	Стереотип
Космополитизм	Суррогат-спикер
Либерализм	Тезаурус
Лид (мотто)	Тенденциозность
Лоббирование	Теория «постановки повестки дня»
Макрейкеры (разгребатели грязи)	Теория зависимости
Манипулирование	Ток-шоу
Маркетинг	Харизма
Массмедиа	Эхо-фраза
Медиатическая ловушка	

№ 13

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: У (ПК-4): участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ

Средство оценивания: Реферат

ЗАДАНИЕ

Аттестация по реферату проходит в форме собеседования, представляющего собой защиту его основных положений. Аттестация реферата будет проходить в формате семинарского занятия. На защиту должен быть пред-

ставлен доклад, представляющий основные положения реферата в форме презентации.

Требования к оформлению печатного текста реферата: шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14 кегль, межстрочный интервал – 1,5; поля: слева – 30 мм, справа, сверху и снизу – 20 мм. Объем текста реферата: 25–26 страниц.

Темы рефератов

1. Методологические основы теории медиакommunikации.
2. Междисциплинарный характер коммуникативного знания.
3. Виды медиакommunikации.
4. Вербальная, устноречевая, письменноречевая, невербальная медиакommunikации.
5. Уровни медиакommunikации.
6. Трансляция смыслов и понятие эффектов медиакommunikации.
7. Условия эффективной медиакommunikации.
8. Способы измерения эффектов и эффективности медиакommunikации.
9. Многоканальность, вариативность и нормативность массовой медиакommunikации.
10. Интернет – новейший интерактивный информационный канал.
11. Функции цифровых медиа в культуре глобального информационного общества.
12. Как изучается феномен блоггинга?
13. Как ведение блогов меняет облик традиционной журналистики?
14. Как развивался русскоязычный сегмент интернета в 1990-2000-е гг.?
15. Каковы черты культурной специфики Рунета?
16. Как работает «вирусная реклама» в интернете?
17. Феномен гражданского активизма в сети.
18. Культура виртуальной личности в интернете.
19. Культурная специфика русскоязычной блогосферы.
20. Новые медиа и конструирование «гиперреальности».
21. Трансформации русского языка в рунете.
22. Представление знания в «Википедии».
23. Особенности онлайн-дневников подростков.
24. Возможности и границы электронной коммерции.
25. Интернет и возможности гражданского общества.

№ 14

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции:

В (ПК-6): обладать навыками создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ социально значимых акций.

Средство оценивания: Научная статья

ЗАДАНИЕ

Тему научной статьи минимум за месяц до итогового занятия предлагает преподаватель, учитывая приоритеты и способности студента. Тема берется из предложенного ниже списка, причем на одну тему не могут претендовать более двух студентов. Студент может писать статью на сформулированную им тему, которую предварительно обязан согласовать с преподавателем. В противном случае работа не будет зачтена.

Из написанной статьи студент извлекает и формулирует простыми повествовательными предложениями, положения, выносимые на защиту.

Данные положения представляют собой основные тезисы авторской концепции, доказанные содержанием статьи. Учитывая объем статьи, положений **не должно быть более пяти**. Данные положения, равно как и материал статьи, при защите необходимо представить в форме презентации (объемом от 15 до 25 слайдов).

Темы для статей:

1. Массмедиа и конструирование социальных проблем.
2. Концепция спирали умолчания Элизабет Ноэль-Нойман.
3. Воздействие медианасилия на аудиторию: теории и эксперименты.
4. Массмедиа, стереотипы и общественное мнение: Уолтер Липпман.
5. «Развлекая себя до смерти»: критика телевидения Нейла Постмана.
6. «Глобальная деревня» и «понимание медиа»: Маршалл Маклюэн.
7. Симуляция, гиперреальность и медиа: Жан Бодрийяр.
8. Теории информационного общества: аналитический обзор (Фрэнк Уэбстер).
9. Нормативные теории прессы: проблемы взаимодействия СМИ и общества.
10. Идеология, гегемония и массмедиа: критический подход к анализу медиакоммуникаций.
11. Критический дискурс-анализ медиа: Тен А. ван Дейк.
12. Теория сетевого общества и сетевой власти Мануэля Кастельса.
13. Медиакоммуникации в контексте теорий глобализации и мобильности.
14. Активная аудитория как субъект медиасистемы.
15. Просьюмер как актер медиакommunikations и формирование новой типологии аудитории СМК.
16. Российская специфика аудиторий медиа.
17. «Гражданские журналисты», блогеры в современной медиакоммуникации.
18. Теории коммуникации печатных СМИ.
19. Теоретические исследования радиокоммуникации.
20. Телевизионная коммуникация как предмет теоретического изучения.

21. Интернет-коммуникация и сущностные трансформации медиасистемы: новые теоретические концепции.
22. Конвергенция и новые подходы к формированию теоретических концепций медиаиндустрии.
23. Типология угроз и коммуникационных барьеров медиасистемы.
24. Технологии коммуницирования медиа: уровни, типы, виды, форматы.
25. Язык массмедиа как объект междисциплинарного исследования.
26. Язык СМК как особый язык социального взаимодействия.
27. Семиотический, герменевтический, риторический, психологический, когнитивный, лингвопрагматический, социологический аспекты изучения языка СМК.
28. Медиатекст как тип текста и элемент коммуникационного процесса.

№ 15

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этапы формирования компетенции:

З (ПК-6): знать основные тенденции современной социальной стратификации РФ, мирового сообщества и быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.

У (ПК-6): уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ, разработке локального медиапроекта.

В (ПК-6): обладать навыками создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ социально значимых акций.

Средство оценивания: Типовые задания промежуточного контроля (экзаменационные вопросы, практические задания).

Экзаменационные вопросы

1. Модели социальной коммуникации. Основные формы коммуникации.
2. Этапы развития средств коммуникации. Ключевые характеристики массовой коммуникации.
3. Соотношение понятий СМИ, массовые коммуникации, медиа, медиакоммуникации.
4. Ключевые характеристики медиакоммуникаций в 21 веке.
5. Этапы в истории медиакоммуникаций: от жеста до письменности.

6. Становление и развитие письменности: от пиктограммы до алфавита.
7. Формы межличностной и топосы массовой коммуникации в древнем мире, античности и средневековой Европе.
8. Техническое развитие медиакommunikации: изобретение книгопечатания, телеграфа, телефона, радио, фотографии, кинематографа и телевидения.
9. Печатная периодика в Европе, России и США.
10. Появление массового радиовещания и телевидения.
11. Появление глобальных информационных сетей.
12. «Четыре теории прессы».
13. Современные нормативные модели медиа.
14. Теории гейткипинга в медиасфере.
15. Теории новостных ценностей.
16. Этапы изучения эффектов медиавоздействия.
17. Теории пропаганды.
18. Теории ограниченных медиаэффектов.
19. Современные теории медиавоздействия.
20. Основные направления исследований медиавоздействия. Категории структурного функционализма.
21. Массмедиа как социальный институт. Функции и дисфункции массмедиа.
22. Массмедиа и социодинамика культуры.
23. Марксизм, критическая теория и медиа.
24. Теория коммодификации культуры.
25. Концепции гегемонии и идеологии.
26. Массмедиа и социальное конструирование реальности.
27. Медиа в контексте семиотики и структурализма.
28. Теории дискурса и критический дискурс-анализ.
29. Информационное общество: понятие и классификация теорий.
30. Теории постиндустриализма / постмодернизма.
31. Теории непрерывной информатизации общества.
32. Теории медиации vs теории медиатизации.
33. Кибероптимизм vs киберскептицизм.
34. Теория новых медиа и новая теория медиа. Теории медиaprостранства
35. Теории медиасобытий и медиаритуалов.
36. Теории медиатизации социальных движений.

Виды практических заданий

1. Приведите примеры действующих локальных медиапроектов на телевидении и радио. Ответ прокомментируйте.
2. Приведите примеры действующих локального и гиперлокального ме-

- диапроектов в интернет-пространстве. Ответ прокомментируйте.
3. Создайте свой вариант локального медиапроекта на телевидении.
 4. Создайте свой вариант локального медиапроекта на радио.
 5. Создайте свой вариант локального медиапроекта в интернете.
 6. Создайте свой вариант гиперлокального медиапроекта в интернете.
 7. Сформируйте медиакарту для строительной кампании.
 8. Сформируйте медиакарту для сети клиник пластической хирургии.
 9. Сформируйте медиакарту для адвокатской конторы.
 10. Сформулируйте концепцию и миссию молодежного арт-издания «Перформанс».
 11. Сформулируйте концепцию и миссию женского журнала «Эмансипация».
 12. Сформулируйте концепцию и миссию медицинского специализированного интернет-издания «Гиппократ».
 13. Сформулируйте концепцию и миссию детского радио «Солнышко».
 14. Сформулируйте концепцию и миссию радио классической музыки «Орфей и Эвридика».
 15. Сформулируйте концепцию и миссию искусствоведческого интернет-журнала «Парнас 17».
 16. Прокомментируйте высказывание М. Маклюэна: «Настоящие новости – это плохие новости».
 17. Прокомментируйте высказывание Ю. Хаберманса: «Тот, кто во имя универсализма исключает Другого, кто остается чуждым для Других, предает саму идею универсализма».
 18. Прокомментируйте высказывание А. Моля: «Как показано в исследованиях массовой пропаганды, ложь должна сообщаться без всяких оговорок, лишь истина может позволить себе роскошь быть спорной».

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

№ 1

Компетенция: способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: 3 (ПК-6): знать основные тенденции современной социальной стратификации РФ, мирового сообщества и быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.

Средство оценивания: Кейс-задание «Основные этапы в истории медиакоммуникаций: от жеста до письменности».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	Студент ■ имеет на руках подготовленный тезисный план устного сообщения на тему: «Влияние типа письменности на менталитет»; ■ подготовил на основе этого тезисного плана устное выступление.
«Не зачтено»	Студент ■ не имеет на руках подготовленный тезисный план устного сообщения на тему: «Влияние типа письменности на менталитет»; ■ не подготовил на основе этого тезисного плана устное выступление.

№ 2

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: 3 (ПК-6): знать основные тенденции современной социальной стратификации РФ, мирового сообщества и быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.

Средство оценивания: Кейс-задание «Зарождение массовой коммуникации и техническое развитие медиакоммуникаций».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	Студент ■ собрал источники и написал эссе объемом не более 3 страниц на тему: «Как повлияло открытие Гуттенберга на дальнейшую историю человечества?»; ■ оформил это эссе в соответствии с требованиями, выдвигаемыми преподавателем.

«Не зачтено»	Студент - не написал эссе объемом не более 3 страниц на тему: «Как повлияло открытие Гуттенберга на дальнейшую историю человечества?»; - принес вместо авторского эссе плагиат.
--------------	---

№ 3

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: У (ПК-6): уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ, разработке локального медиапроекта.

Средство оценивания: Дискуссия «Специфика воздействия средств массовых коммуникаций на личность».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	Студент - нашел научные публикации о влиянии СМК на личность и написал эссе на тему «Мое видение проблемы воздействия СМК на личность»; - принял активное участие в обсуждении концептуально значимых вопросов дискуссии; - формулировал тезисы для статьи «Специфика эффектов СМК при воздействии на личность».
«Не зачтено»	Студент - не нашел научные публикации о влиянии СМК на личность и не написал эссе на тему «Мое видение проблемы воздействия СМК на личность»; - не принимал участия в обсуждении концептуально значимых вопросов дискуссии; - не формулировал тезисы для статьи «Специфика эффектов СМК при воздействии на личность».

№ 4

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактив-

ное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: У (ПК-6): уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ, разработке локального медиапроекта.

Средство оценивания: Круглый стол «Медиакоммуникационные модели социализации и инкультурации личности».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	Студент ▪ собрал библиографию, переработал источники и написал статью, а на ее основе доклад на круглый стол; ▪ сделал презентацию, представляющую основные положения доклада; ▪ участвовал в прениях круглого стола.
«Не зачтено»	Студент ▪ не написал научную статью, не написал доклад, ▪ не сделал презентации по докладу, ▪ не участвовал в прениях круглого стола.

№ 5

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: В (ПК-6): обладать навыками создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ социально значимых акций.

Средство оценивания: Дискуссия «Современные виды массово-коммуникационной деятельности: аутсайдеры и фавориты».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	Студент ▪ подготовил доклад и презентацию его основных положений

	(для студентов, задействованных в теоретико-информативной части занятия); ■ осуществил подбор и селекцию материалов по ключевым проблемам дискуссии, составил библиографический список этих материалов; ■ изучил данные материалы, что обусловило его активное участие в дискуссии.
«Не зачтено»	Студент ■ не подготовил доклад и презентацию его основных положений (для студентов, задействованных в теоретико-информативной части занятия); ■ не осуществил подбор и селекцию материалов по ключевым проблемам дискуссии, не составил библиографический список этих материалов; ■ не изучил данные материалы и потому не принял участия в дискуссии

№ 6

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: В (ПК-6): обладать навыками создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ социально значимых акций.

Средство оценивания: Круглый стол «Приоритетные функции средств массовых коммуникаций в современном обществе».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	Студент ■ подготовил доклад и презентацию его основных положений (для студентов, задействованных в теоретико-информативной части занятия); ■ изучил дидактические материалы по теме «Функции СМК в современном обществе» и принял участие в прениях круглого стола
«Не зачтено»	Студент ■ не подготовил доклад и презентацию его основных положений (для студентов, задействованных в теоретико-информативной части занятия); ■ не изучил дидактические материалы по теме и не принял участие в прениях круглого стола

№ 7

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: В (ПК-6): обладать навыками создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ социально значимых акций.

Средство оценивания: Мозговой штурм «Правовое регулирование деятельности массмедиа».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	Студент - изучил Законы РФ: ФЗ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 03.07.2016) «О средствах массовой информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016); ФЗ от 24.11.2014 N 364-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об информации, информационных технологиях и о защите информации” и Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации»; ФЗ от 09.07.1993 N 5351-1 (ред. от 20.07.2004) «Об авторском праве и смежных правах»; ФЗ от 18.12.2006 г. N 231-ФЗ «О введении в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»; - участвовал в обсуждении вопросов «мозгового штурма» (проблема защиты авторского права в Российской Федерации; отличия правового регулирования электронных СМИ от печатных); - генерировал варианты решения проблемы; - искал аргументы в защиту предложенных решений проблемы; - отбирал наиболее аргументированные и наиболее оптимальные варианты решения проблемы; - обсуждал способы решения проблемы.
«Не зачтено»	Студент - не изучил Законы РФ: от 27.12.1991 N 2124-1, от 24.11.2014 N 364-ФЗ, от 09.07.1993 N 5351-1, от 18.12.2006 г. N 231-ФЗ; - не участвовал в обсуждении вопросов «мозгового штурма»; - не генерировал варианты решения проблемы; - не искал аргументы в защиту предложенных решений проблемы; - не отбирал наиболее аргументированные и наиболее оптимальные варианты решения проблемы; - не обсуждал способы решения проблемы.

№ 8

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: У (ПК-6): уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ, разработке локального медиапроекта.

Средство оценивания: Ролевая игра «Индивидуальная медиакарта и опыт создания концепции СМИ».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	Студент ■ выучил значение терминов и терминологических выражений: медиакарта, концепция, миссия, стратегия, продвижение СМИ; ■ письменно подготовил проект опроса целевой аудитории, содержащий от 10 до 15 вопросов; ■ письменно составил перечень отраслевых и узкопрофильных изданий, передач на радио и телевидении, наиболее интересных для адвокатской конторы и клиники пластической хирургии; ■ активно играл роль представителя адвокатской конторы «Фемида» (или специалиста клиники пластической хирургии «Афродита») и журналиста; ■ участвовал в разработке итогового варианта опросника целевой аудитория; ■ создавал характеристику портрета целевой аудитории; ■ создавал медиакарту для адвокатской конторы «Фемида» (клиники пластической хирургии «Афродита»); ■ создавал собственный вариант СМИ для этих учреждений с описанием его концепции и миссии.
«Не зачтено»	■ не выучил значение терминов и терминологических выражений: медиакарта, концепция, миссия, стратегия, продвижение СМИ; ■ не подготовил проект опроса целевой аудитории; ■ не составил перечень отраслевых и узкопрофильных изданий, передач на радио и телевидении, наиболее интересных для адвокатской конторы (или клиники пластической хирургии); ■ не играл роль представителя адвокатской конторы «Фемида» (или специалиста клиники пластической хирургии «Афродита»)

	и журналиста; ▪ не участвовал в разработке итогового варианта опросника целевой аудитория; ▪ не создавал характеристику портрета целевой аудитории; ▪ не создал медиакарту для адвокатской конторы «Фемида» (клиники пластической хирургии «Афродита»); ▪ не создал собственный вариант СМИ для этих учреждений с описанием его концепции и миссии.
--	---

№ 9

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: В (ПК-6): обладать навыками создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ социально значимых акций.

Средство оценивания: Авторский локальный медиапроект

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	Студент ▪ сформулировал актуальную проблему из области региональной журналистики и разработал авторский локальный медиапроект в любом типе медиакоммуникаций, выбрав в качестве площадки для его реализации печатные СМИ, или радио, или телевидение, или интернет; ▪ оформил проект в соответствии с требованиями, выдвигаемыми преподавателем; ▪ представил этот проект в форме презентации (объемом от 10 до 15 слайдов).
«Не зачтено»	Студент ▪ не разработал авторский локальный медиапроект; ▪ или представил вместо авторского проекта плагиат; ▪ или не оформил проект должным образом; ▪ или не смог рассказать о своем проекте при помощи презентации.

№ 10

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактив-

ное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: 3 (ПК-6): знать основные тенденции современной социальной стратификации РФ, мирового сообщества и быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.

Средство оценивания: Круглый стол «Кодифицирующие и культурно-интерпретационные теории массмедиа».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	Студент - подготовил доклад и презентацию его основных положений, согласовав свои действия с участниками подгруппы (для студентов, задействованных в теоретико-информативной части занятия); - активно участвовал в прениях по содержанию всех докладов.
«Не зачтено»	Студент - не подготовил доклад и презентацию его основных положений, обнаружил неумение работать в группе; - не участвовал в прениях по содержанию всех докладов.

№ 11

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: 3 (ПК-6): знать основные тенденции современной социальной стратификации РФ, мирового сообщества и быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.

Средство оценивания: Конференция «Теории массмедиа постиндустриального общества».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	Студент подготовил текст доклада и презентации (для студентов, за-

	действовавших в теоретико-информативной части занятия); ▪ подготовил стендовый доклад; ▪ активно участвовал в полемике конференции.
«Не зачтено»	Студент ▪ не подготовил текст доклада и презентации (для студентов, действовавших в теоретико-информативной части занятия); ▪ или подготовил стендовый доклад; ▪ не участвовал в полемике конференции.

№ 12

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: 3 (ПК-6): знать основные тенденции современной социальной стратификации РФ, мирового сообщества и быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.

Средство оценивания: Коллоквиум.

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	Студент из терминологического минимума на знание пяти терминов дал определения четырем.
«Не зачтено»	Студент из терминологического минимума на знание пяти терминов дал определения трем и менее понятиям.

№ 13

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: У (ПК-6): уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ, разработке локального медиапроекта.

Средство оценивания: Реферат.

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	Студент - выбрал тему реферата из списка педагога или предложил свое, согласовав свое решение с преподавателем; - собрал материалы и написал реферат в соответствии с требованиями, выдвигаемыми к выполнению такого рода работ; - успешно прошел собеседование по защите реферата.
«Не зачтено»	Студент - не написал реферат; - предложил вместо реферата плагиат, созданный на тему, не согласованную с преподавателем; - крайне слабо проявил себя на собеседовании по защите положений реферата.

№ 14

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этап формирования компетенции: В (ПК-6): обладать навыками создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ социально значимых акций.

Средство оценивания: Научная статья.

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	Студент - согласовал свой выбор темы статьи с преподавателем; - собрал источники по проблеме статьи, переработал их и написал научную статью; оформил эту статью в соответствии с требованиями преподавателя; - из написанной статьи извлек положения, выносимые на защиту, и представил их в форме презентации.
«Не зачтено»	Студент - не согласовал свой выбор темы статьи с преподавателем; - не написал научную статью; - представил вместо статьи плагиат; - небрежно оформил написанные материалы; - не смог защитить положения своей научной стать

Компетенция: обладать способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

Этапы формирования компетенции:

З (ПК-6): знать основные тенденции современной социальной стратификации РФ, мирового сообщества и быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.

У (ПК-6): уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ, разработке локального медиапроекта.

В (ПК-6): обладать навыками создания общественного резонанса публикаций, проведения на базе СМИ социально значимых акций.

Средство оценивания: Типовые задания промежуточного контроля (экзаменационные вопросы, практические задания).

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Отлично»	1). Студент успешно прошел обучение в течение семестра, успешно выполнил все требования текущей аттестации. 2). Даны полные, развернутые ответы на вопросы билета. 3). Показано глубокое знание предмета и умение применять знания при ответе. 4). Ответ изложен логично и последовательно, не требует дополнительных пояснений; безупречно справляется с практическим заданием. 5). Соблюдены нормы культуры речи.
«Хорошо»	1). Студент в целом успешно прошел обучение в течение семестра, в основном успешно выполнил все требования текущей аттестации. 2). Даны систематизированные и последовательные ответы на вопросы билета. 3). Содержание в основном достоверно, но имеются единичные фактические неточности. 4). Допущено 1–2 нарушения последовательности изложения; в

	целом сильно справляется с практическим заданием. 5). В основном соблюдены нормы культуры речи.
«Удовлетворительно»	1). Студент посредственно прошел обучение в течение семестра. 2). Даны в целом верные, но односторонние или недостаточно полные ответы на вопросы билета. 3). Содержание ответов достоверно в главном, но имеется до 4-х неточностей. 4). Нарушена последовательность изложения ответов, слабо справляется с практическим заданием. 5). Имеется до 3-х нарушений норм культуры речи.
«Неудовлетворительно»	1). Студент крайне посредственно прошел обучение в течение семестра, не выполнил работы текущей аттестации. 2). Ответ не представляет собой определенной системы знаний по предмету. 3). Допущено много (более 4-х) фактических неточностей. 4). Нарушена последовательность изложения мыслей; не выполнил практическое занятие. 5). Грубо нарушены нормы культуры речи.

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля) – источники ЭБС

Основная литература (все источники размещены в ЭБС Znanium.com <http://znanium.com/> и Юрайт <https://www.biblio-online.ru/>):

1. Баранова Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры /Е.А. Баранова. М.: Юрайт, 2014.
2. Болотова А.К. Социальные коммуникации. Психология общения: учебник и практикум для академического бакалавриата / А.К. Болотова, Ю.М. Жуков, Л.А. Петровская. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2018.
3. Музыкант В.Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Издательство Юрайт, 2018.
4. Музыкант В.Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a : учебник и практикум для академического бакалавриата. М. : Издательство Юрайт, 2018.
5. Сковородников А. П.Экология русского языка: Монография / Сковородников А.П. - Краснояр.:СФУ, 2016.

Дополнительная литература(все источники размещены в ЭБС Znanium.com <http://znanium.com/> и Юрайт <https://www.biblio-online.ru/>):

1. Касьянов В. В. Социология массовой коммуникации: учебник для академического бакалавриата. М.: Издательство Юрайт, 2018.
2. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. М.: Дело АНХ, 2016.
3. Конвергентная журналистика как новая модель для медиабизнеса: статья // Материалы международной научно-практической конференции «Журналистика в 2014 году. СМИ как фактор общественного диалога». М.: МедиаМир, 2015. С. 20– 21.

8. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины (модуля) (ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»)

Информационные справочные системы:

1. Образовательный сервер института;
2. Поисковые системы Яндекс, Google и др.;
3. Компьютерная справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

Профессиональные базы данных

Библиотека ИНИОН – <http://www.inion.ru/>

Библиотека Академии наук – <http://www.rasl.ru/>

Библиотека РГБ – [http://www.rsl.ru /](http://www.rsl.ru/)

Всероссийская Государственная библиотека иностранной литературы им. М.И. Рудомино (ВГБИЛ) – [http://www.libfl.ru /](http://www.libfl.ru/)

Российская Национальная библиотека (РНБ) – [http://www.nlr.ru /](http://www.nlr.ru/)

«Ibooks.ru» (электронная коллекция современных учебников и пособий по основным учебным дисциплинам) – www.ibooks.ru

«Книгафонд» (обеспечивает широкий доступ к изданиям, необходимым для образовательного процесса) – www.knigafund.ru

«УИС Россия» (коллективная научная информационная база по социальным и гуманитарным исследованиям) – www.uisrussia.msu.ru

Русское письмо: происхождение письменности, рукописи, шрифты – <http://character.webzone.ru>

Ассоциация [информационных систем](http://www.isworld.org/forthcoming/conferences.asp) – www.isworld.org/forthcoming/conferences.asp

Европейский центр журналистики – www.ejc.nl

Союз журналистов России – www.ruj.ru

Российская ассоциация по связям с общественностью – www.raso.ru

Портал социально-гуманитарного и политологического образования – www.auditorium.ru
Журнал «Индекс. Досье на цензуру» – www.index.org.ru
Иностранная пресса о России и не только – www.inopressa.ru
Средства массовой информации в интернете – www.smi.ru
Журнал «Журналист» – www.journalist-virt.ru
Интернет-журнал медиакритики и медиаобразования – www.media-edu.ru
Центр карьеры в СМИ – www.mmcc.ru
Портал «Интернет против телеэкрана» – www.contr-tv.ru
Ассоциация кинообразования и медиапедагогике России – www.mediaeducation.ru
Книги о медиабизнесе и СМИ – http://www.nazaykin.ru/catalog/ru/_mediabusiness.htm
ЭБС «Лань»: Журналистика и медиабизнес – <https://e.lanbook.com/journals>
НИУ ВШЭ: Бизнес. Общество. Власть – <https://www.hse.ru/mag/27364712/2013--15/84458071.html>
ЭБС «Консультант студента»: Студенческая научная библиотека. Основы медиабизнеса – <http://www.studentlibrary.ru>
Научная электронная библиотека elibrary.ru: Каталог материалов по медиабизнесу – https://elibrary.ru/query_results.asp

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Электронная информационно-образовательная среда вуза <http://ksei.ru/eios/>
2. ЭБС Znanium.com <http://znanium.com/>
3. ЭБС Юрайт <https://www.biblio-online.ru/>
4. НЭБ Elibrary <https://elibrary.ru>
5. Библиотека КСЭИ <http://ksei.ru/lib/>
6. Справочная система Консультант Плюс (доступ в читальном зале библиотеки).
7. Лицензионные программы, установленные на компьютерах, доступных в учебном процессе:
 - Microsoft Office Word 2007
 - Microsoft Office Excel 2007
 - Microsoft Office Power Point 2007
 - Microsoft Office Access 2007
 - Adobe Reader
 - Google Chrome
 - Mozilla Firefox
 - KasperskyEndpoint-Security 10

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

11. Входной контроль знаний

Входной контроль знаний, умений и навыков обучающихся проводится в начале изучения дисциплины (модуля) – на первом занятии и позволяет оценить качество подготовки обучающихся по предшествующим дисциплинам (модулям), изучение которых необходимо для успешного освоения указанной дисциплины (модуля), а также помочь в совершенствовании и актуализации методик преподавания дисциплин (модулей). Предшествующими выступают такие дисциплины, как «Теория коммуникации».

Вариант №1

1. Когда оформился научный статус теории коммуникации? А) в эпоху Просвещения Б) в начале XIX века В) в первой половине XX века Г) во второй половине XX века	6. Укажите философские дисциплины, дающие методологическую базу коммуникативистике (2 ответа). А) онтология Б) логика В) герменевтика Г) аксиология
2. Экологию, климатологию, урбанистику, биотехнологию, социальную инженерию – эти науки называются... Как? А) классической рациональности Б) возрожденческой рациональности В) неклассической рациональности Г) постнеклассической рациональности	7. Какие исследовательские подходы в теории коммуникации играют роль методологической базы? (2 ответа). А) информационный Б) деятельностный В) прагматический Г) семиотический
3. Расположите три типа внутренней речи по принципу ослабления ее лексикоморфологической и синтаксической оформленности: А) собственно внутренняя речь; Б) внутреннее программирование; В) внутреннее проговаривание.	8. Назовите автора книги «Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования». А) Д. Рисмен Б) П. Друкер В) Ю. Хабермас Г) Д. Белл

4. Социально-коммуникативная технологизация (СК-технологизация) – это А) процедура разработки социально-коммуникативной технологии управления социальными процессами, связанной с решением определенной задачи; Б) использование мультимедийных технологий в социальных коммуникациях; В) процессы конвергенции в области массовой коммуникации; Г) процедура разработки медиаплана для проведения PR-кампании.	9. Кто и в каком году предложил термин «постиндустриальное общество»? А) Д. Рисмен, в 1958 году Б) Д. Рисмен, в 1948 году В) Ю. Хабермас и П. Друкер, в 1957 году Г) Д. Белл и П. Друкер, в 1978 году
5. Что является объектами СК-технологизации? А) психосоматические, лингвopsихологические параметры социальных субъектов – участников социальных коммуникаций, актуальные для разрешения социально значимых задач; Б) социальные коммуникации между социальными субъектами, значимые для решения конкретной социальной задачи, а также коммуникативные параметры данных субъектов; В) межкультурные и межэтнические взаимодействия социальных субъектов; Г) субъект-объектные отношения участников межличностной коммуникации.	10. Укажите двух ученых, которые, независимо друг от друга, создали термин «информационное общество». А) М. Маклюэн Б) Ф. Махлуп В) О. Хаксли Г) Т. Умесао

Вариант №2

1. К основным функциям языка не относится: А) информационная – передача информации, сообщение о мыслях, намерениях людей; Б) агитационная — побуждение, призыв, просьба; В) эмотивная — непосредственное выражение чувств, эмоций; Г) прагматическая – осуществление контроля над личностью в бытовой сфере.	6. Какое из оснований классификации коммуникативных барьеров является излишним: А) барьеры, обусловленные факторами среды; Б) технические барьеры; В) психофизиологические барьеры; Г) тезаурусные барьеры Д) социокультурные барьеры.
2. Верно ли утверждение, что метаязыковая функция проявляется как использование языка для описания предмета?	7. Что относят к первичным субъектам СК-технологизации. А) социальные организации, являющиеся субъектами управления государственных структур, реализующими СК-технологические проекты; Б) электорат как участник СК-технологий; В) рекламные и PR-агентства, редакции СМИ, подразделения психологических операций военных штабов и спец-служб, на-

	учные и проектные организации, творческие коллективы и другие организации, разрабатывающие социально-коммуникативные технологии; Г) социально значимая цель, т.е. цель, связанная с воздействием на сознание и поведение социальных общностей, изменением социальной структуры, регулированием социальных отношений.
3. Что является объектом изучения теории коммуникации? А) язык Б) речь В) социальная коммуникация Г) персональная коммуникация	8. Какова главная цель речевой коммуникации? А) передача информации Б) передача эмоций В) передача оценки Г) релаксация коммуникатора
4. Объект, взятый в определенном аспекте, рассматриваемый с определенной стороны при условном абстрагировании других его сторон, – это ... А) проблема исследования Б) аспект вопроса В) предмет исследования Г) парадигма исследования	9. Верно ли утверждение, что средства передачи информации от человека к человеку разделяются на вербальные и невербальные?
5. Что является предметом изучения теории коммуникации? А) интегрально понятые коммуникативные процессы Б) социокommunikация В) социолингвистика Г) коммуникативные контексты	10. Это система знаков, единицы которой и отношения между ними образуют иерархически упорядоченную структуру. Какое понятие «зашифровано» в данном определении? А) речь Б) миф В) язык Г) лексика

Вариант №3

1. Как называется речь нескольких человек? А) полилог Б) монолог В) диалог Г) дискурс	6. В приведенном перечне СК-технологий укажите лишнее. А) Модель жесткого манипулирования Б) Модель информирования В) Модель мягкого манипулирования Г) Трехсторонняя симметричная коммуникативная технология
2. Переработку исходной идеи сообщения с целью ее доведения до адресата в коммуникативистике называют... А) кодированием Б) декодированием В) симулякром Г) энтимемой	7. Назовите страну, в которой возникло и было разработано понятие постиндустриального общества? А) США Б) СССР В) Германия Г) Англия
3. Реальная или воображаемая линия связи, по которой сообщения движутся от коммуниканта к реципиенту в коммуникативисти-	8. Что является основой постиндустриального общества? А) частная собственность

ке называется... А) кодированием Б) каналом В) сообщением Г) воздействием	Б) информация В) средства производства Г) деление общества на классы
4. Качественными характеристика источника сообщения являются: А) статус, надежность, квалификация отправителя; Б) тема сообщения, канал, сила воздействия коммуниканта; В) статус, тема сообщения, квалификация отправителя; Г) тема сообщения, время обнародования сообщения, статус отправителя.	9. Стереотип восприятия зависит: А) от религиозных, идеологических, возрастных установок, Б) от типа темперамента; В) от прочно сложившегося, постоянного образца стандарта; Г) от уровня речевой культуры.
5. Коммуникации какого уровня характеризуются приведенными ниже характеристиками: А) массовость аудитории; Б) гетерогенность аудитории; В) использование высокоскоростных и репродуктивных текстов средств связи и информации; Г) быстрое распространение сообщений; Д) относительно небольшая потребительская стоимость информации.	10. Что не относится к невербальным средствам общения? А) интонация; Б) пауза; В) просьба; Г) жесты.

12. Проверка остаточных знаний

Вариант №1

1. В науке существуют две парадигмы осмысления коммуникации... А) механистическая и деятельностная Б) аналитическая и синтетическая В) логическая и философская Г) конструктивная и деструктивная	6. Уровень коммуникативной компетентности соотносится с уровнем ... индивида. Вставьте пропущенное слово. А) самоуважения Б) цельности В) самоидентификации Г) социализации
2. Применительно к человеческой коммуникации неуместно употребление данного понятия А) в единственном числе Б) во множественном числе В) метафорически Г) номинативно	7. Среди черт коммуникации, возникших на ее дочеловеческой стадии, укажите ту, которая появилась только в мире людей, вышедших из первобытного состояния А) intersubjectность Б) деятельностный характер В) обеспечение процесса социализации индивида Г) коммуникации обучаются
3. В какой сфере человеческой жизнедеятельности слово «коммуникация» употребляется преимущественно во множественном числе? А) в социальной	8. 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

Б) в психологической В) в биологической Г) в технической	В) цифровизация информации Г) инфляция
4. Из приведенных ниже направлений укажите то, которое не имеет никакого отношения к инстинктивным механизмам развития дочеловеческих форм коммуникации, т.е. коммуникации у животных. А) сохранение вида Б) сохранение индивида В) табуирование сородичей Г) обеспечение безопасности	9. 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
5. Что обозначает предложенное Э. Кассирером определение человека на латинском языке как «animal symbolicum»? А) животное, употребляющее символы Б) животное, имеющее символическую природу В) символическое животное Г) разумное животное	10. 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

Вариант №2

1. Укажите то, что не имеет никакого отношения к теориям происхождения языка: А) оноματοпоэтическая теория Б) междометная теория В) теория инстинктивных трудовых выкриков Г) теория психофизиологической активности Д) теория социального договора Е) трудовая теория	6. Когда возникла первая письменность на Земле? А) 5 тысяч лет назад Б) 7 тысяч лет назад В) 4 тысяч лет назад Г) 3 тысяч лет назад
2. В перечне аспектов онтологии современного медиапространства укажите лишний, не имеющий к медиапространству никакого отношения: А) медиированное пространство Б) конвергентное пространство В) медиатизированное пространство Г) пространство медиа	7. В данной типологии исследований информационного общества укажите лишние позиции (два варианта ответа). А) Документалисты Б) Сигнальщики В) регулировщики Г) Экономисты Д) юристы Е) Сетевики Ж) Социологи
3. Назовите автора трудовой теории происхождения языка А) Ф. Энгельс Б) В.И. Ленин В) И. Сталин Г) Р. Люксембург	8. Перечислите стадии развития письма в хронологической последовательности. А) Консонантно-звуковое письмо Б) Предметное письмо В) Иероглифическое письмо Г) Фонографическое письмо Д) Слоговое письмо Е) Пиктографическое письмо

4. Назовите первую письменность, возникшую на Земле А) вавилонская Б) египетская В) китайская Г) шумерская	9. Назовите автора книги «Информационное общество как постиндустриальное общество». А) Д. Белл Б) И. Масуда В) П. Друкер Г) М. Маклюэн
5. В какую эпоху была особенно популярна теория общественного договора как основы глоттогенеза? А) в эпоху Ренессанса Б) в эпоху античности В) в эпоху Просвещения Г) в эпоху декаданса	10. Назовите ученого, который в 1960 г. выдвинул идею деидеологизации общественной жизни, т.е. постепенного исчезновения социальных конфликтов и развития общества общенационального согласия в силу роста уровня жизни в промышленно-развитых странах. Однако к 1965 г. он был вынужден признать, что его прогноз неверен, а идеология имеет важное социальное значение. А) Д. Белл Б) И. Масуда В) П. Друкер Г) М. Маклюэн

Вариант №3

1. Переломным моментом <i>в переходе от... к</i> можно считать 1991 год, когда впервые в истории на закупку промышленного оборудования было израсходовано меньше, чем на закупку информационной техники: 107 млрд и 112 млрд долларов США соответственно. Вставьте пропущенные слова. А) от эволюционизма к коэволюции Б) от капитализма к социализму В) от индустриализма к постиндустриализму Г) от синергетики к бифуркации	6. Кто автор понятия «информационный капитализм»? А) Д. Белл Б) И. Масуда В) М. Кастельс Г) М. Маклюэн
2. 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
3. Назовите ученого, представителя Торонтской школы, который интересовался влиянием средств коммуникаций на развитие цивилизаций и исследовал историю комму-	8. Какие страны, по мнению Д. Белла, в конце второго тысячелетия уже вступили в фазу информационного общества? Два правильных ответа.

никаций за последние 4000 лет. Свои изыскания он изложил в работах «Империя и коммуникации» и «Предвзятость в коммуникациях». А) М. Маклюэн Б) М Кастельс В) У. Онг Г) Г Иннис	А) Россия Б) Япония Г) Германия Д) США.
4. В приводимой периодизации этапов развития цивилизаций М. Маклюэна уберите «лишний» этап, т.е. ошибочно приписываемый обыденным сознанием канадскому мыслителю. А) дописьменная культура Б) «галактика Гуттенберга» В) «глобальная деревня» Г) «галактика Интернет»	9. Перечислите стадии развития массовой коммуникации в хронологическом порядке. А) устно-вербальная Б) многоканальная В) печатно-вербальная Г) тактильно-кинетическая Д) письменно-вербальная.
5. Определяя роль средств коммуникации в истории человечества, Г. Иннис выделял «три монополии» в общественной жизни». В приведенном ниже перечне «монополий» уберите лишнее: А) монополия знаний, которая воплощается в культурной и в образовательной сфере; Б) монополия воли, воплощающаяся в харизматических лидерах политических элит; В) монополия богатства, которая воплощается в экономической сфере; Г) монополия силы, которая воплощается в военной или политической сфере.	10. 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

Вариант №4

1. Назовите автора концепции «сетевого предприятия»? А) М. Кастельс Б) И. Масуда В) П. Друкер Г) М. Маклюэн.	6. 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
2. Из представленных ниже тезисов исключите лишний, не соответствующий основным положениям концепции соответствия языка и власти французского социолога П. Бурдьё. Итак, согласно П. Бурдьё, в обществе существуют А) разные языки и разное право на речь – отсюда возможность цензуры и квазицензуры, т.е. узурпации преимущественного права говорить в той или иной среде	7. Какие теории СМИ возникли и были концептуально обоснованы в чикагской школе социологии? А) культурно-исторические Б) социально-психологические В) нормативные Г) функциональные

и ситуации; Б) система построения коммуникативного процесса с учетом социально-экономических характеристик реципиента; В) система построения коммуникативного процесса с учетом психологических характеристик реципиента; Г) система построения коммуникативного процесса с учетом использования в сообщении узнаваемых образов, мотивов, историй, созданных уже ранее в конкретном произведении.	
3. 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	8. К какой группе теорий примыкает партиципаторная теория? А) культурно-исторические Б) социально-психологические В) нормативные Г) функциональные
4. 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	9. Как называлась книга, написанная Ф. Сиббертом, Т. Питерсоном и У. Шраммом в 1956 г., в которой содержалось обоснование нормативных теорий прессы? А) «Четыре теории прессы» Б) «Три теории прессы» В) «Две теории прессы» Г) «Пять теорий прессы»
5. 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.	10. Назовите автора выражения «теории гегемонии медиа». А) Ф. Сибберт; Б) Т. Питерсон В) У. Шрамм; Г) А. Грамшио

Вариант №5

1. Кого из перечисленных учёных нельзя отнести к Франфуртской школе социологии? А) М. Хайдеггер Б) В. Беньямин В) Г. Маркузе Г) Э. Фромм	6. 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
--	--

2. Кто является автором книги «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости», содержащей идею об ауре, которую теряет тиражируемый шедевр. А) М. Хайдеггер Б) В. Беньямин В) Г. Маркузе Г) Э. Фромм	7. Во второй половине XX-го века бихевиоризм был замещён ... психологией. Вставьте пропущенное слово. А) бессознательной Б) трансцендентной В) когнитивной Г) деятельностной
3. Кто явился автором книги «Диалектика Просвещения», в которой была дана негативная оценка европейского Просвещения? Два варианта ответа. А) Э. Фромм Б) Т. Адорно В) М. Хоркхаймер Г) Г. Маркузе	8. Линейная математическая модель К. Шенона, линейная модель К. Хоуланда, циклическая модель У. Шрамма – это репрезентанты ... модели информации. Вставьте пропущенное слово. А) технической Б) семиотической В) математической Г) мифологической
4. По мнению авторов «Диалектики Просвещения», человечество с помощью просветительства намеревалось устранить мифы, сделать ясным и доступным знание; но в результате оно создало новые мифы. О каких мифах идет речь в данной книге? Два правильных ответа. А) миф харизматического лидера Б) миф о властной «вертикали» В) миф о науке как неорелигии Г) абсолютный рационализм и сциентизм .	9. Какие теории массмедиа развивались по двум течениям – парадигма пропаганды и парадигма ограниченных эффектов? А) функциональные Б) культурно-критические В) нормативные Г) психологические
5. Верно ли утверждение, что культурно-критические теории массмедиа имеет низкое распространение в современных условиях, так как сугубо философские концепции перестали удовлетворять исследователей?	10. Кто был основателем современной теории пропаганды? А) М. Маклюэн Б) Ф. Махлуп В) Г. Лассуэл Г) Т. Умесао