

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

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Основы медиакоммуникаций
(Наименование дисциплины (модуля))

Журналистика 42.03.02.
Специальность / направление подготовки с кодом

Технологии современных медиакоммуникаций
Специализация / Направленность

Бакалавр
Квалификация (степень) выпускника

Очная, заочная
Форма обучения: очная и заочная

КРАСНОДАР 2017

Составитель:

Павлова Ольга Александровна, д.филол.н., доцент, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Рецензент:

Мороз Олег Николаевич, д.филол.н., профессор кафедры публицистики и журналистики ФГБОУ ВО «КубГУ»

РПД обсуждена и утверждена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций, протокол № 11 от 20 июня 2017 года

Содержание программы соответствует требованиям, изложенным в приказе Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 декабря 2013 года №1367 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Программа дисциплины «Основы медиакоммуникаций» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебными планами всех годов набора, актуализированными согласно действующей редакции стандарта, по специальности / направлению подготовки 42.03.02. Журналистика.

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины (модуля) «Основы медиакоммуникаций» является формирование у студентов системного представления о современных теоретических подходах к изучению медиакоммуникаций при демонстрации значимости междисциплинарного знания в области медиаисследований.

Задачами курса являются:

- формирование общих представлений об истоках и структуре современных медиакоммуникаций;
- уяснение взаимосвязи между понятиями «коммуникация», «аудиовизуальная коммуникация», «массмедиа», «средства массовой информации», «электронные медиа» и выстраивание их в четкую терминосистему;
- изучение основных этапов развития аудиовизуальной коммуникации (печать, фотография, радио, кино, телевидение, интернет);
- знакомство с важнейшими технологическими открытиями;
- характеристика основных теоретических концепций медиакоммуникаций в исторической ретроспективе;
- формирование целостного представления о системе научного знания в области коммуникации, включая основные научные центры формирования этих знаний;
- выработка навыков использования теории медиакоммуникаций в качестве концептуальной основы для анализа процессов, происходящих в сфере медиа;
- выработка практических навыков в моделировании концепции СМИ, локального медиапроекта.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование **следующих компетенций**:

- быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);
- обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- основополагающие категории теории медиакommunikации;
- основные теории массмедиа и существующие подходы к их классификации;
- 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;

уметь:

- приобретать систематические знания из различной литературы для решения поставленных задач;
- оценивать и сопоставлять различные теории медиакommunikаций;
- применять изученные теоретические подходы и модели к анализу медиакommunikаций в современном обществе;
- сопоставлять различные медиамodelи с целью охарактеризовать их национальные особенности;
- разработать локальный авторский медиапроект с учетом важнейших инновационных практик в сфере массмедиа;
- разрабатывать, корректировать и анализировать концепцию СМИ;

владеть:

- навыками приобретения умений и знаний в области профессиональной деятельности;
- навыками использования концепций медиакommunikации в качестве теоретической базы исследования (при написании эссе, курсовых работ и ВКР);
- навыками применения знаний теорий медиакommunikации в научных и общественных дискуссиях, затрагивающих роль медиа в современном обществе;
- навыками анализа мировых тенденций развития медиаотрасли, национальных медиамodelей и базовых принципов развития медиасистем;
- технологией разработки концепции СМИ и локального авторского медиапроекта.

3. Место дисциплины в структуре ООП:

Наименование учебного плана (год набора, форма обучения)	Место в структуре ООП согласно ведомости учета дисциплин
ОФО-2016, 2017	Вариативная часть / Обязательные дисциплины

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

Учебные планы ОФО-2016, 2017

ЗЕТ	Часов академических	Контактная работа обучающегося с преподавателем			Самостоятельная работа	Формы контроля
		Лекции	Семинары	Лабораторные		
6	216	36	24	0	156	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

Учебные планы ОФО-2016, 2017

№	Тема (раздел) дисциплины	Семестр	Академические часы	Вид учебного занятия
1	Введение в теорию медиакоммуникаций. Способы коммуникация в первобытных и древних обществах	4	2	л
2.	Становление и развитие письменности: от пиктограммы до алфавита	4	2	л
3.	Зарождение массовой коммуникации в античности и техническое развитие медиакоммуникации	4	2	л

4.	Печатная периодика, массовое радиовещание, телевидение и интернет как этапы развития медиакommunikаций	4	2	л
5.	Введение в теорию медиакommunikаций	4	2	л
6.	Нормативные и «внутрицеховые» теории медиа	4	2	л
8.	Психологические теории медиавоздействия	4	4	л
9.	Структурный функционализм и системный анализ медиа	4	4	л
10.	Культурно-критические теории медиа	4	2	л
11.	Интерпретативные теории медиа	4	2	л
12.	Теории информационного общества и глобализации	4	4	л
13.	Специальные теории медиа	4	4	л
14.	Основные этапы в истории медиакommunikаций: от жеста до письменности	4	2	с
15.	Зарождение массовой коммуникации и техническое развитие медиакommunikации	4	2	с
16.	Печатная периодика, массовое радиовещание, телевидение и интернет как этапы развития медиакommunikаций	4	2	с
17.	Дискуссия Специфика воздействия средств массовых коммуникаций на личность	4	2	с
18.	Круглый стол Медиакommunikационные модели социализации и инкультурации личности	4	2	с
19.	Дискуссия Современные виды массово-коммуникационной деятельности: аутсайдеры и фавориты	4	2	с
20.	Круглый стол Приоритетные функции средств массовых коммуникаций в современном обществе	4	2	с
21.	«Мозговой штурм» Правовое регулирование деятельности массмедиа	4	2	с
22.	Ролевая игра Индивидуальная медиакарта и опыт создания концепции СМИ	4	2	с
23.	Защита авторских локальных медиапроектов	4	2	с
24.	Круглый стол Кодифицирующие и культурно-интерпретационные теории массмедиа	4	2	с

25.	Студенческая конференция Теории массмедиа постиндустриального общества	4	2	с
26.	Защита положений научной статьи, рефератов. Терминологический коллоквиум	4	2	с

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Обращаться к учебно-методическому пособию:

Основы медиакоммуникаций: учебно-методическое пособие. Павлова О.А. – Краснодар: КСЭИ, 2015. 72с.

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

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОП

Шифр компетенции и ее содержание		
Этап 1	Знать	З (ОПК-2): быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа
Этап 2	Уметь	У (ПК-4): участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ
Этап 3	Навыки и (или) опыт деятельности – Владеть	В (ПК-4): обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект; В (ПКН-4): обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов.

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	неудовлетворительно	
1. Знать	Полнота, системность, прочность	Объем, качество знаний в области инноваций	Знает важнейшие инновационные практики в	Знает важнейшие инновационные практики в сфере	Фрагментарно, бессистемно знает важнейшие	Не знает важнейшие инновационные	1. Кейс-задание «Основные этапы в истории ме-

	знаний; обобщенность знаний	ционных медийных практик, применение теоретических знаний для анализа практических ситуаций	сфере массмедиа	массмедиа, но допускает несущественные ошибки при их характеристике	инновационные практики в сфере массмедиа	практики в сфере массмедиа	диакommуникаций: от жеста до письменности». 2. Кейс-задание «Зарождение массовой коммуникации и техническое развитие медиакоммуникаций». 3. Круглый стол «Кодифицирующие и культурно-интерпретационные теории массмедиа» 4. Конференция «Теории массмедиа постиндустриального общества». 5. Коллоквиум. 6. Типовые задания промежуточного контроля (экзаменационные вопросы, практические задания).
2. Уметь	Степень самостоятельности выполнения действия; осознанность выполнения действия;	Степень уникальности, креативности и продуктивности моделируемых концепций СМИ	Умеет разрабатывать, анализировать и корректировать концепцию СМИ; четко разграничивает поня-	В целом умеет разрабатывать, анализировать и корректировать концепцию СМИ, но допускает несущественные	Посредственно, шаблонно умеет разрабатывать, анализировать и корректировать концепцию СМИ;	Не умеет разрабатывать, анализировать и корректировать концепцию СМИ; не разгра-	1. Дискуссия «Специфика воздействия средств массовых коммуникаций на личность» 2. Круглый стол «Ме-

	выполнение действия (умения) в незнакомой ситуации		тия «миссия СМИ», «цель СМИ», «концепция СМИ»	ошибки в интерпретации понятий «миссия СМИ», «цель СМИ», «концепция СМИ»	допускает существенные ошибки в интерпретации понятий «миссия СМИ», «цель СМИ», «концепция СМИ»	ничивает понятия «миссия СМИ», «цель СМИ», «концепция СМИ»	диакommуникационные модели социализации и инкультурации личности. 3. Ролевая игра «Индивидуальная медиакарта и опыт создания концепции СМИ» 4. Реферат. 5. Типовые задания промежуточного контроля (экзаменационные вопросы, практические задания).
3. Владеть	Ответ на вопросы, поставленные преподавателем; решение задач; выполнение практических задач	Степень эффективности реализации локального авторского медиапроекта, степень продуктивности во взаимодействии с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в	Владеет навыками создания локального авторского медиапроекта, имеет навыки эффективного взаимодействия с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов	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	Посредственно владеет навыками создания локального авторского медиапроекта, обнаруживает шаблонность, стереотипность в его моделировании; посредственно владеет навыками эффективного взаимодействия с различными	Не владеет навыками создания локального авторского медиапроекта; не имеет навыков эффективного взаимодействия с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в	1. Дискуссия «Современные виды массовой коммуникационной деятельности: аутсайдеры и фавориты». 2. Круглый стол «Приоритетные функции средств массовых коммуникаций в современном обществе».

		процессе создания медиа-продуктов		создания медиапродуктов, но реализует их недостаточно системно	ми организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов	процессе создания медиа-продуктов	3. Мозговой штурм «Правовое регулирование деятельности массмедиа». 4. Авторский локальный медиапроект 5. Научная статья. 6. Типовые задания промежуточного контроля (экзаменационные вопросы, практические задания).
--	--	-----------------------------------	--	--	---	-----------------------------------	---

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: быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);

Этап формирования компетенции: 3 (ОПК-2): 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: быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);

Этап формирования компетенции: З (ОПК-2): 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 разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4);

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 разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4);

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 разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Компетенция: обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов (ПКН-4).

Этап формирования компетенции:

В (ПК-4): обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект;

В (ПКН-4): обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов.

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 конкурентоспособность 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 разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Компетенция: обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов (ПКН-4).

Этап формирования компетенции:

В (ПК-4): обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект;

В (ПКН-4): обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов.

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 разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Компетенция: обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов (ПКН-4).

Этап формирования компетенции:

В (ПК-4): обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект;

В (ПКН-4): обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов.

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 продолжат 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 – показать 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

Компетенция: обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4);

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 разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Компетенция: обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов (ПКН-4).

Этап формирования компетенции:

В (ПК-4): обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект;

В (ПКН-4): обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов.

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 Краснодара, 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 получат 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: быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);

Этап формирования компетенции: 3 (ОПК-2): 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: быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);

Этап формирования компетенции: 3 (ОПК-2): 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: быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);

Этап формирования компетенции: 3 (ОПК-2): 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
Демагогия
Деонтология
Диффамация
Желтая пресса
Заголовок (хэдлайн)
Избирательные технологии
Инсайдер
Информационный краудсорсинг
Кадроплан
Компиляция
Контент
Консалтинг (consulting)
Контент-анализ

Контрпропаганда
Контрреклама
Копипаст
Копирайт (copyright, ©)
Корректорские знаки
Космополитизм
Либерализм
Лид (мотто)
Лоббирование
Макрейнеры (разгребатели грязи)
Манипулирование
Маркетинг
Массмедиа
Медиаическая ловушка
Менеджмент
Ментальность
Мониторинг
Мотивация
Новость
Оригинал-макет
Паблицити
Патернализм
Пилотный номер
Плагиат
Полоса
Прайм-тайм
Пресс-релиз
Провайдер
Рейтинг
Слоган
Софизм
Спичрайтер
Стереотип
Суррогат-спикер
Тезаурус
Тенденциозность
Теория «постановки повестки дня»
Теория зависимости
Ток-шоу
Харизма
Эхо-фраза

№ 13

Компетенция: обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4);

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 представлен 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 разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Компетенция: обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов (ПКН-4).

Этап формирования компетенции:

В (ПК-4): обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект;

В (ПКН-4): обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов.

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 Маклюен.
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 медиакommunikации 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

Компетенции:

– быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);

– обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4);

обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов (ПКН-4).

Этапы формирования компетенции:

З (ОПК-2): быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа;

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

В (ПК-4): обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект;

В (ПКН-4): обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов.

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, медиакommunikation.
4. Ключевые характеристики медиакommunikation в 21 веке.
5. Этапы в истории медиакommunikation: 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 медиакommunikation: 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 медиапространства
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 медиапроектов 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 иссле-

дованиях массовой пропаганды, ложь должна сообщаться без всяких оговорок, лишь истина может позволить себе роскошь быть спорной».

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

№ 1

Компетенция: быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);

Этап формирования компетенции: 3 (ОПК-2): 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 <ul style="list-style-type: none">▪ 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 <ul style="list-style-type: none">▪ 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: быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);

Этап формирования компетенции: 3 (ОПК-2): 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 <ul style="list-style-type: none">▪ собрал источники и написал эссе объе-

	<p>мом не более 3 страниц на тему: «Как повлияло открытие Гуттенберга на дальнейшую историю человечества?»;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ оформил это эссе в соответствии с требованиями, выдвигаемыми преподавателем.
«Не зачтено»	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4);

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

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

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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; ▪ сформулировал тезисы для статьи «Специфика эффектов СМК при воздействии на личность».
«Не зачтено»	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 сформулировал тезисы для статьи «Специфика эффектов СМК при воздействии на личность».

№ 4

Компетенция: обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4);

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

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

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	Студент <ul style="list-style-type: none">▪ 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 <ul style="list-style-type: none">▪ не написал научную статью, не написал доклад,▪ не сделал презентации по докладу,▪ не участвовал в прениях круглого стола.

№ 5

Компетенция: обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Компетенция: обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов (ПКН-4).

Этап формирования компетенции:

В (ПК-4): обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект;

В (ПКН-4): обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов.

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

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	Студент

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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»	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Компетенция: обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов (ПКН-4).

Этап формирования компетенции:

В (ПК-4): обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект;

В (ПКН-4): обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов.

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

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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»	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ не подготовил доклад и презентацию его основных положений (для студентов, задействованных в теоретико-информативной части занятия); ▪ не изучил дидактические материалы по теме «Функции СМК в современном обществе» и не принял участие в прениях круглого стола

№ 7

Компетенция: обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Компетенция: обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов (ПКН-4).

Этап формирования компетенции:

В (ПК-4): обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект;

В (ПКН-4): обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов.

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

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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

	<p>четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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»	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4);

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».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ выучил значение терминов и терминологию

	<p>гических выражений: медиакарта, концепция, миссия, стратегия, продвижение СМИ;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 аудитории; ▪ 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.
<p>«Не зачтено»</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 аудитории; ▪ не создавал характеристику портрета целевой аудитории;

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Компетенция: обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов (ПКН-4).

Этап формирования компетенции:

В (ПК-4): обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект;

В (ПКН-4): обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов.

Средство оценивания: Авторский локальный медиапроект

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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»	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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: быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);

Этап формирования компетенции: 3 (ОПК-2): 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 <ul style="list-style-type: none">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 <ul style="list-style-type: none">не подготовил доклад и презентацию его основных положений, обнаружил неумение работать в группе;не участвовал в прениях по содержанию всех докладов.

№ 11

Компетенция: быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);

Этап формирования компетенции: 3 (ОПК-2): быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа

Средство оценивания: Конференция «Теории массмедиа постиндустриального общества».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	Студент <ul style="list-style-type: none">подготовил текст доклада и презентации (для студентов, задействованных в теоретико-информативной части занятия);подготовил стендовый доклад;активно участвовал в полемике конференции.
«Не зачтено»	Студент <ul style="list-style-type: none">не подготовил текст доклада и презентации (для студентов, задействованных в

	<p>теоретико-информативной части занятия);</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ или подготовил стендовый доклад; ▪ не участвовал в полемике конференции.
--	--

№ 12

Компетенция: быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);

Этап формирования компетенции: 3 (ОПК-2): 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 разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4);

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

Средство оценивания: Реферат.

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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»	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ не написал реферат; ▪ предложил вместо реферата плагиат, созданный на тему, не согласованную с преподавателем;

	<ul style="list-style-type: none"> крайне слабо проявил себя на собеседовании по защите положений реферата.
--	--

№ 14

Компетенция: обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Компетенция: обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов (ПКН-4).

Этап формирования компетенции:

В (ПК-4): обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект;

В (ПКН-4): обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов.

Средство оценивания: Научная статья.

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Зачтено»	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> 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»	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 статьи

№ 15

Компетенции:

– быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);

– обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиа-проект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4);

обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов (ПКН-4).

Этапы формирования компетенции:

З (ОПК-2): быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа;

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

В (ПК-4): обладать способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект;

В (ПКН-4): обладать способностью взаимодействовать (вести переговоры, проводить презентации) с различными организациями, учреждениями, структурами и людьми в процессе создания медиапродуктов.

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

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Отлично»	<ol style="list-style-type: none">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»	<ol style="list-style-type: none">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.

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

8. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2010.
2. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. М.: Аспект Пресс, 2010.
3. Виноградова С.М. Психология массовой коммуникации. М.: Юрайт, 2014.
4. Евдокимов В.А. Массмедиа в социокультурном пространстве: учебное пособие. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014.
5. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. М.: УРСС, 2010.

Дополнительная литература:

6. Абельс Х. Интеракция, идентичность, презентация. Введение в интерпретативную социологию. СПб.: Алетейя, 1999.
7. Альтюссер Л. Идеология и идеологические аппараты государства // Неприкосновенный запас. 2011. № 3 (77) /Журнальный зал. [Электронный документ]: <http://magazines.russ.ru/nz/2011/3/al3.html> (дата обращения: 30.07. 2016).
8. Антоновский А. Ю. Массмедиа – трансцендентальная иллюзия реальности? // Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Практикс, 2005. С. 221–248.
9. Бакулев Г. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции: учеб. пособие для студ. вузов. М.: Аспект Пресс, 2005.
- 10.Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. М.: Весь Мир, 2004.
- 11.Белинская Е.П. Психология интернет-коммуникации. М.: МПСУ, 2013.
- 12.Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 2004.
- 13.Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: Избранные эссе. Пер. с нем. / Под. ред. Здорова Ю.А. М.: Медиум, 1996.
- 14.Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2000.
- 15.Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. Тула: Тульский полиграфист, 2013.
- 16.Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002.
- 17.Бурдьё П. Социальное пространство: поля и практики. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005.
- 18.Ван Дейк Т.А. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: URSS, 2014.
- 19.Ван Дейк Т.А. Дискурс и доминирование // Современный дискурс-анализ. 2009. Вып.1. Т.1. /СДА: Современный дискурс-анализ: научный журнал. [Электронный документ]: <http://www.discourseanalysis.org> (дата обращения: 30.07. 2016).
- 20.Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М.: Весь мир, 2004.
- 21.Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: Канон-пресс, 2000.
- 22.Грамши А. Тюремные тетради. М.: Политиздат, 1991.
- 23.Гринев-Гриневиц С.В. Основы семиотики. М.: Флинта, 2012.

24. Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург: УрО РАН, 1999.
25. Ибарра П., Китсьюз Дж. Дискурс выдвижения утверждений-требований и просторечные ресурсы // Социальные проблемы: конструкционистское прочтение. Хрестоматия. Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2007. С. 55–114.
26. Йоргенсен М.В., Филлипс Л.Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков: Гуманитарный центр, 2004.
27. Кара-Мурза С., Смирнов С. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2003.
28. Кара-Мурза С.Г. Власть манипуляции. М.: Академический Проект, 2007.
29. Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург: У-Фактория, 2004.
30. Кастельс М. Информационная эпоха. М.: ГУ-ВШЭ, 2000.
31. Киник К., Кругман Д., Камерон Г. «Усталость сострадать»: коммуникация и чувство опустошенности в отношении социальных проблем // Средства массовой коммуникации и социальные проблемы: Хрестоматия / пер. с англ. и сост. И.Г. Ясавеев. Казань: Изд-во КГУ, 2000. С. 187–218.
32. Коноваленко М.Ю., Коноваленко В.А. Теория коммуникации: учебник для бакалавров. М.: Юрайт, 2012.
33. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие: Пер. с англ. // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аванти Плюс, 2004. С. 243–256.
34. Лассвелл Г. Структура и функции коммуникации в обществе // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аванти Плюс, 2004. С. 233–242.
35. Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
36. Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005.
37. Маккуэйл Д. Массовая коммуникация и общественный интерес: к вопросу о социальной теории структуры и функционирования медиа // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аванти Плюс, 2004. С. 297–308.
38. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2007.
39. Маркузе Г. Одномерный человек. М.: Директмедиа Паблишинг, 2007.
40. Матвеева Л.В. Психология телевизионной коммуникации. М.: РИП-холдинг, 2004.
41. Матисон Д. Медиа дискурс. Харьков: Гуманитарный центр, 2013.

42. Мертон Р. Явные и латентные функции // Американская социологическая мысль: Тексты. М.: МГУ 1994. С. 379-448.
43. Моль А. Социодинамика культуры. М.: Изд-во ЛКИ, 2008.
44. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996.
45. Пажес Ж.-П. Конфликты и общественное мнение // Социс. 1991. № 7. С. 107–115.
46. Пазовский А. Социология журналистики. Новосибирск: НГПУ, 2012.
47. Постман Н. «А теперь... о другом ...» // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аванти Плюс, 2004. С. 273–283.
48. Сиберт Ф.С., Питерсон Т., Шрамм У. Четыре теории прессы. М.: Нац. ин-т прессы, Вагриус, 1998.
49. Социальные проблемы: конструкционистское прочтение / Под ред. И.Г. Ясавеева. Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2007.
50. Томпсон Дж.Б. Идеология и современная культура: Пер. с англ. // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аванти Плюс, 2004. С. 257–264.
51. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2004.
52. Урри Дж. Мобильности. М.: Издательство: Праксис, 2012.
53. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации: учебник. СПб.: Питер, 2004.
54. Фомичева И. Социология СМИ. М.: Аспект Пресс, 2012.
55. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. М.: Наука, 2006.
56. Хилгартнер С., Боск Ч.Л. Рост и упадок социальных проблем: концепция публичных арен // Социальные проблемы: конструкционистское прочтение. Хрестоматия. Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2007. С. 145–184.
57. Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика просвещения. М., СПб.: Медиум, Ювента, 1997.
58. Черных А.И. Медиа и ритуалы. Москва, Санкт-Петербург: Университетская книга, 2013.
59. Черных А.И. Мир современных медиа. М.: Территория будущего, 2007.
60. Шарков Ф.И. Коммуникология: социология массовой коммуникации: Учебное пособие. М.: Дашков и К°, 2010.
61. Шарков Ф. И., Бузин В.Н. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование: учебник для бакалавров. М.: Дашков и К, 2013.
62. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: Мысль, 1980.
63. Ширки К. Включи мозги. Свободное время в эпоху Интернета: пер. с англ. М.: Карьера Пресс, 2012.

64. Щербина Ю.В. Книга. Текст. Коммуникация. Словарь-справочник новейших терминов и понятий: Справочник. М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2015.
65. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. М.: Симпозиум, 2006.
66. Ядов В. А. Стратегия социологического исследования: учеб. пособие. М.: Омега-Л, 2012.
67. Ясавеев И.Г. Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации. Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2004.
68. Cammaerts В. 'Protest logics and the mediation opportunity structure', European Journal of Communication. 2012. 27(2). P. 117–134.
69. Castells M. Communication power, Oxford; New York: Oxford University Press, 2011.
70. Flew T. New media, Oxford; New York: Oxford University Press. 2014.
71. Hanson R.E. Mass communication, Los Angeles [etc.]: SAGE Publications, 2014.
72. Hepp A. Cultures of mediatization, Cambridge: Polity Press, 2013.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Справочно-информационные сайты по журналистике:

Библиотека журналиста: <http://journalism.narod.ru/>

ГИПП: союз издателей: www.gipp.ru

Интернет-библиотека образовательных изданий: <http://www.iqlib.ru>

Медиаскоп: электронный научный журнал факультета журналистики МГУ: www.mediascope.ru

НАТ: Национальная ассоциация телерадиовещателей: www.nat.ru

Научная библиотека Новосибирского государственного технического университета: Журналистика: http://library.nstu.ru/inet_resources/jurnal

Неофициальный сайт журфака КГУ: <http://kgu-journalist.ucoz.ru/index/0-16>

Официальный сайт высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ: <http://jf.spbu.ru/>

Официальный сайт отделения журналистики ТюмГУ: <http://media.utmn.ru/library.php>

Официальный сайт факультета журналистики МГУ: <http://www.journ.msu.ru/>

Ресурсы информационных агентств и популярных СМИ в Интернете

РИА «Новости»: <http://www.regions.ru/>
«Интерфакс» <http://www.interfax.ru/>
«Росбалт»: <http://www.rosbalt.ru/>
«Газета.Ру»: <http://www.gazeta.ru/>
«Страна.Ру»: <http://www.strana.ru/>
РосБизнесКонсалтинг»: <http://rbc.ru>
«ИТАР-ТАСС»: <http://www.itar-tass.com/>
«СМИ.Ру»: <http://www.smi.ru/>
«Утро.Ру» : <http://www.utro.ru/>
«Взгляд»: <http://www.vz.ru/>
«Эхо Москвы»: <http://www.echo.msk.ru/>
1 канал: <http://www.ltv.ru/>
Россия: <http://www.mtv.ru/>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети интернет, необходимых для освоения дисциплины:

Библиографический указатель ИНИОН – <http://www.inion.ru/>
Библиотека Академии наук – <http://www.rasl.ru/>
Библиотека ИНИОН – <http://www.inion.ru/>
Библиотека РГБ. Режим доступа: <http://www.rsl.ru/>
Библиотека «Fort / Да». Режим доступа: <http://yanko.lib.ru/>
Всероссийская Государственная библиотека иностранной литературы им. М.И. Рудомино (ВГБИЛ) – <http://www.libfl.ru/>
Публичная электронная библиотека Е. Пескина – <http://public-library.narod.ru/>
Российская Национальная библиотека (РНБ) – <http://www.nlr.ru/>
Русская виртуальная библиотека (РВБ) – <http://www.rvb.ru/>
Университетская библиотека OnLine (база данных электронных книг для вузов преимущественно по гуманитарным дисциплинам) – www.biblioclub.ru
Фундаментальная электронная библиотека «Русская литература и фольклор» (ФЭБ: наука о фольклоре и литературе) – <http://feb-web.ru/>
Электронная библиотека Infolio – <http://www.infoliolib.info/>
Электронная библиотека Lib.align.ru – <http://www.2lib.ru/>
Электронная библиотека LITRU.RU – <http://www.litru.ru/>
Электронная библиотека TheLIB.Ru – <http://thelib.ru/>

«eLibrary.ru: научная электронная библиотека» (крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования) – www.elibrary.ru

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

«IQlib» (полнотекстовые версии книг по широкому кругу научных дисциплин) – www.iqlib.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

«Электронная библиотека диссертаций РГБ» (содержит более 580 000 полных текстов диссертаций и авторефератов) – www.rgb.ru

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Текущий контроль осуществляется посредством следующих заданий и соответствующих им видов деятельности:

- 1) выступлений на практических занятиях;
- 2) регулярного выполнения кейс-заданий, прилагающихся к семинарам;
- 3) написание домашней контрольной работы в форме реферата;
- 4) аттестации по терминологическому коллоквиуму;
- 5) защиты индивидуального медиапроекта;
- 6) участия в четырех круглых столах;
- 7) участия в дебатах и дискуссии;
- 8) участия в ролевой игре;
- 9) защиты положений научной статьи.

Основными формами рубежного контроля знаний студентов являются активная работа на практических занятиях, проводимых в рамках преподавания данной дисциплины преимущественно в **интерактивной форме**. Данный вид работы позволяет оценить степень владения теоретическими знаниями, умение организовать самостоятельную работу с источниками, а также формирование у студентов практических навыков исследовательской работы.

Круглые столы, дискуссии, ролевая игра, защиты положений научной статьи и индивидуального медиапроекта, сдача терминологического коллоквиума – данные виды заданий имеют интерактивную форму и проходят в **формате семинарских занятий**.

Невзирая на разнообразие форм работы студентов в течение семестра, основным видом работы, позволяющим преподавателю успешно проследить уровень подготовки студента, является развернутый устный ответ, который

должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему.

Преподаватель оценивает устный ответ, исходя из трех принципов:

- 1) полнота и правильность ответа;
- 2) степень понимания изученного материала;
- 3) стилевое оформление ответа.

Критерии оценки развернутого устного ответа:

Оценка «5» ставится, если студент

- 1) полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные;
- 3) излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

Оценка «4» ставится, если студент

- 1) полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий, но допускает 1–2 ошибки, которые сам исправляет;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, но допускает 1–2 недочета в последовательности изложения материала;
- 3) изложение материала ведется в соответствии с нормами русского литературного языка, но допущены 1–2 речевых недочета, которые студент сам исправляет.

Оценка «3» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, однако

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

Оценка «2» ставится, если студент

- 1) обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл,
- 2) беспорядочно и неуверенно излагает материал,
- 3) нарушает нормы грамматики, орфографии и орфоэпии.

На последнем семинарском занятии происходит аттестация по терминологическому коллоквиуму, по домашней контрольной работе и по научной статье.

Далее преподаватель для каждого студента подводит итоги его персональной успеваемости, позволяющие либо запрещающие получение данным студентом экзаменационной оценки автоматически, без выхода на экзамен.

Экзамен может быть поставлен **автоматически** при условии соблюдения четырёх требований:

- 1) регулярное посещение лекционных и практических занятий;
- 2) активная работа на практических занятиях, проводимых как в академической, так и в интерактивной формах;
- 3) выполнение всех кейс-заданий;
- 4) сдача терминологического коллоквиума;
- 5) успешная защита индивидуального медиапроекта;
- 6) положительная аттестация по домашней контрольной работе;
- 7) положительная аттестация по научной статье.

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

Информационно-правовой портал «Гарант», правовой сайт «Консультант плюс», научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.

Программное обеспечение: Microsoft Office (Access, Excel, PowerPoint, Word и т. д).

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса

Специализированный кабинет журналистики, учебно-образовательное пространство которого поделено на зоны для проведения круглого стола, актуальных интервью и оснащено столами, стульями, компьютером с выходом в Интернет, грифельной доской, мультимедийным аппаратом, учебно-методическими пособиями.