

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ

Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Юридический факультет



**Рабочая программа дисциплины**  
Теория и практика медиакоммуникаций

Направление подготовки бакалавриата  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Квалификация (степень) выпускника  
бакалавр

Форма обучения  
очная

Саратов,  
2022

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	Таранова М.В.		30.05.2022
Председатель НМК	Тогусаева Е.Н.		30.05.2022
Заведующий кафедрой	Голуб О. Ю.		30.05.2022
Специалист Учебного управления			

### 1 Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Теория и практика медиакommunikаций» является приобретение знаний о теории и методологии связей с общественностью с опорой на мировой и отечественный опыт работы в этой области, о технологиях пabлик рилейшнз, о современных реалиях и тенденциях развития связей с общественностью; выработать навыки практического применения полученных знаний по управлению современными PR-кампаниями.

### 2 Место дисциплины в структуре ООП

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

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее для таких дисциплин, как «Социальное мифотворчество», «Стилистика и литературное редактирование текстов», для написания выпускной квалификационной работы.

### 3 Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
<b>ОПК-5</b> Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<b>ОПК-5.1</b> Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях <b>ОПК-5.2</b> Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы	<b>Знать:</b> источники правового регулирования общественных отношений в информационной сфере;  Правовые и этические нормы, устанавливающие порядок деятельности субъектов отношений в информационной сфере ан международном, национальном и региональном уровнях; виды правовой ответственности в информационной сфере. <b>Уметь:</b> осуществлять свои профессиональные действия в соответствии с требованиями законодательства, регулирующего участие в коммуникационных процессов; соблюдать нормы этических стандартов и кодексов, принятых международным и российским профессиональным сообществом. <b>Владеть:</b> навыками определять специфику

		коммуникационных процессов конкретной медиакоммуникационной системы; умением различать правомерные и неправомерные действия в отношении различных информационных объектов.
--	--	--

#### 4 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы 144 часа.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)		Формы промежуточной аттестации (по семестрам)
				лекции	Практические занятия	СРС	Общая трудоемкость	Из них – практическая подготовка	
1	Тема 1. Медиа и массовая коммуникация, СМИ и СМК. Природа медиа и медиафеномены	3		2	4		6	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии	
2	Тема 2. Потребитель медиа	3		2	4		6	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии	
3	Тема 3. Источники информации в цифровой интерактивной среде	3		2	4		6	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии	
4	Тема 4. Классификации теорий медиа	3		2	4		10	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии	
5	Тема	3		2	6		10	Текущий контроль:	

	5. Психологические и микросоциологические подходы к изучению коммуникаций.							устный опрос по теории; работа на практическом занятии
6	Тема 6. Теории медиаэкологии и информационного общества	3		2	4		6	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии
7	Тема 7. Сетевая журналистика	3		2	4		8	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии
8	Тема 8. Информационное общество как социально-философская парадигма	3		2	4		6	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии
9	<b>Промежуточная аттестация – 36ч.</b>	<b>3</b>						<b>экзамен</b>
10	<b>Итого в 3 семестре – 144ч.</b>			<b>16</b>	<b>34</b>		<b>58</b>	

### Содержание дисциплины

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

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

**Тема 2. Потребитель медиа** Активный индивид как новая парадигма в социологии Медиаиспользование и culturalstudies. «Культурные паттерны» и расширение фокуса исследований Исследования взаимодействия культур.

**Тема 3. Источники информации в цифровой интерактивной среде.** Возможности и опасности. Взаимодействие и взаимовлияние на диджитал-журналиста смежных медиапрофессий: пропаганда, маркетинг и продажи, PR, реклама

**Тема 4 Классификации теорий медиа** Классификация теорий с точки зрения инструментария. Классификация основных теорий с точки зрения объектов исследования. Классификация Дениса Маккуэйла Классификация теорий по предметно-временному основанию.

**Тема 5. Психологические и микросоциологические подходы к изучению коммуникаций.** Концепция психологической лингвистики и когнитивные исследования.

Теория прайминга и культивации. Школа Пало-Альто и изучение интерперсональных коммуникаций. Символический интеракционизм и этнометодология коммуникаций

**Тема 6. Теории медиаэкологии и информационного общества.** Уровни медиаэкологии. Взаимодействие медиа и социальных институтов, влияние медиатехнологий на жизнь общества их роль в создании и развитии культуры, глобальных и наиболее общих принципах и тенденциях развития медиатехнологий, эволюции медиа, появлении новых видов и последствиях этих трансформаций в будущем (прогностический аспект).

**Тема 7. Сетевая журналистика.** Интерактивная digital-журналистика. Правовые основы, технологии журналистики и разные типы медиа, жанровая и отраслевая структура.

### **Тема 8. Информационное общество как социально-философская парадигма**

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

## **5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины**

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

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

В зависимости от содержания темы, профиля и уровня подготовки обучающихся, специфики учебной темы, для практического занятия выбирается форма проведения занятия, среди которых:

- развернутая беседа на основании плана, предложенного преподавателем;
- устный опрос обучающихся по вопросам плана семинара;
- творческая работа
- смешанная форма, с элементами различных форм проведения.

В сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в рамках учебного курса предусмотрены мастер-классы экспертов по изобразительному искусству, архитектуре, специалистов по новейшим течениям в литературе и живописи)

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

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

В процессе изучения дисциплины «Теория и практика медиакommunikаций» используются следующие виды самостоятельной работы: реферирование научных текстов, письменные домашние задания.

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

- для слабовидящих:

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;  
для выполнения контрольных заданий при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

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

- для глухих и слабослышащих:

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

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

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

## **6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.**

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

Рабочей программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 58 часов.

В процессе изучения дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» используются следующие виды самостоятельной работы: развернутая беседа на основании плана, предложенного преподавателем; устный опрос обучающихся по вопросам плана практического занятия; творческая работа; смешанная форма, с элементами различных форм проведения.

#### **6.1 Виды самостоятельной работы**

<b>Раздел/Тема дисциплины</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>	<b>Литература</b>
Темы 1-8	Работа с источниками. Подготовка докладов и презентаций. Выполнение практических заданий	Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации: учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Юрайт, 2019. — 231 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://biblio-online.ru/bcode/433390">https://biblio-online.ru/bcode/433390</a> Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации: учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва: Юрайт, 2019; Екатеринбург : Изд-во Урал.ун-та. — 109 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-08477-1 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-7996-

		<p>1600-7 (Изд-во Урал.ун-та). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://bibli-online.ru/bcode/441464">https://bibli-online.ru/bcode/441464</a></p> <p>Основы теории коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва: Юрайт, 2019. — 193 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://bibli-online.ru/bcode/433572">https://bibli-online.ru/bcode/433572</a></p>
--	--	---

### 6.2 Вопросы для углубленного изучения дисциплины:

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

### 6.4 Вопросы для промежуточной аттестации по результатам освоения дисциплины в форме экзамена

1. Коммуникация как передача символических форм.
2. Коммуникация и информация.
3. Атрибуты медиа.
4. Познание – коммуникация – кооперация: модель К. Фукса.
5. Ключевые отличия массовой коммуникации. Атрибуты массовой коммуникации.
6. Место массовой коммуникации в уровнях коммуникаций.

7. Основные жанры коммуникаций.
8. Эволюция основных жанров коммуникаций.
9. Виды власти и отношения медиа с ними.
10. Медианосители и трансформация форм социальной организации.
11. Медиа и развитие национальных государств. Роль медиа в аппаратах принуждения.
12. Социологическая, философская и лингвистическая традиция изучения медиа.
13. Первые исследования массовых коммуникаций.
14. Классификационная модель Дениса Маккуэйла и ее роль в медиакоммуникациях.
15. Вальтер Беньямин и первые работы по индустриализации культуры.
16. Концепция культурной индустрии Теодора Адорно и Макса Хоркхаймера.
17. Теория технической рациональности и мономерного человека Герберта Маркузе.
18. Юрген Хабермас и концепция публичной сферы.
19. Роль новых медиа в трансформации публичной сферы.
20. Мифы как форма языка. Ролан Барт и семиотический анализ продуктов коммуникации.
21. Тёнван Дейк и когнитивная теория дискурса новостей.
22. Психолингвистические исследования Ноама Хомского.
23. Семиосоциопсихологическая теория Тамары Дридзе.
24. Социально-когнитивная теория Альберта Бандуры.
25. Теория прайминга и культивации.
26. Школа Пало-Альто в теориях коммуникации.
27. Грегори Бейтсон и психология коммуникации.
28. Понятие «фрейм» у Ирвинга Гоффмана.
29. Символический интеракционизм.
30. Этнометодология Гарольда Гарфинкеля
31. Норберт Винер и кибернетика в теориях коммуникации.
32. Современные социологические концепции массовой коммуникации.
33. Информационное общество как социально-философская парадигма.
34. Гарольд Иннис и предрасположенность к типам коммуникации.
35. Технологический детерминизм Маршалла Маклюэна.
36. Теории информационной экономики будущего (Дэниел Белл, Элвин Тоффлер).
37. Конвергентные культуры Генри Дженкинса.
38. Теории модернизации обществ при помощи информации.
39. Теории сетевой демократии Зизи Папахарисси и Клэя Ширки.
40. Сетевая информационная экономика Мануэля Кастельса.
41. Теория сетевой власти Мануэля Кастельса.
42. Использование технологий как современная концепция активного потребителя.
43. Исследования, использующие культурные основания для анализа социальных явлений (*cultural studies*), как направление изучения массовых коммуникаций.
44. Понятие «культура» в исследованиях, использующих культурные основания для анализа социальных явлений (*cultural studies*).
45. Работы Ричарда Хоггарта, Раймонда Уильямса.
46. Модель кодирования и (или) декодирования Стюарта Холла.
47. Развитие модели коммуникаций Стюарта Холла в работах Дэвида Морли.
48. Джон Фиске и понятие «популярная культура».
49. Кросс-культурные исследования восприятия сериалов и культурных продуктов.
50. Исследования медиа в этнических группах и диаспорах.
51. Концепция культурного империализма Герберта Шиллера.
52. Понятие «политическая экономия массовых коммуникаций».
53. Доктрина свободного потока информации.
54. Политические дебаты «нового мирового информационно-коммуникационного порядка».



55. Теория культурного доминирования и ее лимиты.  
 56. Исследования концентрации массмедиа.  
 57. Модель пропаганды Эдварда Хермана и Ноама Хомского.  
 58. Концепция культурных индустрий.  
 59. Основные понятия культурных индустрий: продукт, цена, стоимость культурных продуктов.  
 60. Политэкономическая критика медиадетерминизма.

### 7. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

**Таблица 1.1 Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности.**

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

### Программа оценивания учебной деятельности студента

#### 3 семестр

##### Лекции

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

##### Лабораторные занятия

Не предусмотрены.

##### Практические занятия

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

##### Самостоятельная работа

развернутая беседа на основании плана, предложенного преподавателем; устный опрос обучающихся по вопросам плана семинара; семинар – практическое занятие; семинар – творческая работа; смешанная форма, с элементами различных форм проведения. (от 0 до 25 баллов).

##### Автоматизированное тестирование

Не предусмотрено.

##### Другие виды учебной деятельности

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

##### Промежуточная аттестация – экзамен - от 0 до 30 баллов

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

**21-30 баллов** – ответ на «отлично»

**16-20 баллов** – ответ на «хорошо»

**11-15 баллов** – ответ на «удовлетворительно»

**0-10 баллов** – ответ на «неудовлетворительно».

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за 3 семестр по дисциплине «Теория и практика медиакоммуникаций» общественностью составляет **100** баллов.

### Таблица 2.2 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Теория и практика медиакоммуникаций» в оценку (экзамен):

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

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### а) литература:

1. Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — 304 с. ЭБС IPRbooks
2. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации: учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва. 2011. ЗНБ СГУ. 8 экз.
3. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации: [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Н.Б. Кириллова. — 2, стер.-Москва: Издательство «Флинта», 2017. — 110 с. — ISBN9785976531246: Б.ц. <http://znanium.com/go.php?id=947690>
4. Энциклопедия мировой индустрии СМИ / под ред. Е. Л. Варгановой. М.: Аспект Пресс, 2006.

### б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

- <http://www.advi.ru>  
<http://www.press-service.ru>  
<http://www.rwr.ru>  
<http://www.raco.ru>  
<http://www.triz-ri.ru>  
<http://www.window.edu.ru>  
<http://www.expert.ru>  
<https://ria.ru/20190311/1551445551.html> (платформа иммерсивной журналистики)

### Лицензионное программное обеспечение

- ОС Windows
- пакет программ Microsoft Office

## 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

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

Автор: доцент кафедры  
социальных коммуникаций,  
кандидат социологических наук

Таранова М.В.

Программа одобрена на заседании кафедры социальных коммуникаций от 30.05.2022 года, протокол №11.