

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра медиакоммуникаций

ИСТОРИЯ СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.05 «Медиакоммуникации»

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Медиакоммуникации и управление корпоративными медиа»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2023

Название дисциплины (модуля)

Рабочая программа дисциплины «История современных медиа»

Составитель:

канд. социол. наук, доцент, доцент кафедры медиакоммуникаций А.А. Ефанов

Ответственный редактор:

д-р пед. наук, доцент, заведующий кафедрой медиакоммуникаций В.В. Волкова

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры медиакоммуникаций

№ 2 от 17 апреля 2023 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Пояснительная записка	4
1.1.	Цель и задачи дисциплины	4
1.2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
2.	Структура дисциплины	5
3.	Содержание дисциплины	5
4.	Образовательные технологии	8
5.	Оценка планируемых результатов обучения	8
5.1	Система оценивания	8
5.2	Критерии выставления оценки по дисциплине	9
5.3	Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	12
6.1	Список источников и литературы	12
6.2	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ..	13
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	14
8.	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	14
9.	Методические материалы	15
9.1	Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	15
9.2	Методические рекомендации по подготовке письменных работ	Error! Bookmark not defined.
9.3	Иные материалы	21
	Приложение 1. Аннотация дисциплины	23

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: в результате изучения дисциплины студент должен овладеть целостным представлением об истории современных медиа.

Задачи:

- изучить историю возникновения медиа;
- исследовать культурные феномены, процессы и практики информационного общества, связанные с медиа;
- познакомить студентов с методологией изучения медиа, с современными критическими теориями медиа;
- выработать рефлексивную позицию у студентов по отношению к своему повседневному опыту, связанному с использованием современных медиа.

В случае, если дисциплина реализуется на иностранном языке, необходимо это указать.

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

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиапроектов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	<i>Знать:</i> типологию медиа. <i>Уметь:</i> формулировать и анализировать проблемы медиа и возникающих в этом пространстве субкультур. <i>Владеть:</i> навыками анализа медиаресурсов с применением различных методов и стратегий.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «История современных медиа» относится к обязательной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Социология, Философия, Теория и практика медиакommunikаций.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Визуальные коммуникации, Основы медиааналитики, Медиапланирование.

2. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

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

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
III	Лекции	22
III	Семинары/лабораторные работы	20
Всего:		42

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 48 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Медиа и общество в цифровую эпоху	Традиционные и новые медиа, цифровые и новые медиа: определение и разграничение понятий. Теории информационного общества (Д. Белл, Э. Тоффлер, П. Дракер, М. Кастельс). М. Кастельс об интернет-экономике и сетевом обществе. "Вторая медиаэпоха": определение, существенные характеристики. Mass-self коммуникация и концепция Web 2.0. Ключевые особенности новых медиа: интерактивность, мультимедийность, персонализация. Конвергенция современных медиа: технологическая конвергенция, конвергенция культуры, нормативно-правовая конвергенция; конвергенция медиаиндустрии. Просьюмеризм как характерная черта новых медиа. Пользовательский контент (User Generated Content). Медиатизация общественной жизни. Медиатизированные формы социальной и культурной жизни. Связь медиа с повседневностью, работой и отдыхом, социальными отношениями, группами и идентичностью, предприятиями и институтами, политикой и экономикой,

		<p>социализацией, культурой и обществом.</p> <p>Медиаглобализация: мифы и реальность. Глобальный информационный порядок, факторы его формирования. «Мифы» медиаглобализации. Проблема «культурного империализма».</p> <p>Киберпространство и виртуальная реальность. Понятие виртуальной реальности. Виртуальное пространство Интернета как социальное пространство. Симуляция социальности в интернет-практиках (Д. Иванов).</p> <p>Социальные взаимодействия в цифровую эпоху. Сетевой индивидуализм (Б. Вэллман, М. Кастельс) как доминирующая форма социальности.</p> <p>Социальные сети и социальные медиа. Понятие «социальная сеть» в социологии (Дж. Барнс). Трансформация социальных общностей в цифровую эпоху. Виртуальные сообщества (Г. Рейнгольд). Виды социальных медиа. Социальные сети vs интернет-сообщества. Концепция «силы слабых связей» М. Грановеттера. Опасности социальных сетей.</p> <p>«Галактика Интернет» М. Кастельса. «Цифровой разрыв» как фактор углубления социального неравенства. Основные аспекты цифрового разрыва: социально-статусный, территориальный/региональный, временной (динамический), технологический.</p>
2.	Медиа нового поколения	<p>Медиаарт: виртуальный музей и мультимедийные инсталляции в городском пространстве (мультимедиа-выставки, фильмы-комиксы, сетевая литература, синтетический театр, HD-трансляции, саунд-арт и т. д.).</p> <p>«Цифровизация» в экономике впечатлений: культурные индустрии. Понятие культурных (креативных) индустрий. «Погружающая» и «вовлекающая»: новая реальность цифровой среды (игровая, виртуальная/дополненная реальность). Оцифровка памяти/цифровая смерть/цифровые ритуалы. Новые профессии в цифровой среде.</p>
3.	Цифровая культура и медиапотребление	<p>Цифровая культура. Медиаэкология, медиаобразование, медиаграмотность в цифровую эпоху. Экосистема медиаинформационной грамотности и цифровая грамотность.</p> <p>Культура виртуального взаимодействия: коммуникативная культура как комплекс ценностей и норм, принятых в Интернет-сообществе. Субкультурные стили общения. Мотивация пользователей Интернета. Классификация мотивов (деловой, познавательный, коммуникативный, самоутверждения, рекреации и т.д.) Виртуальные образы, создаваемые людьми при общении в Интернете. Особые социальные роли – аватары,</p>

	<p>новые имена (ники). Основные подходы к выбору ника. Различные стратегии самопрезентации личности – различные типы аватаров. Социальное неравенство среди пользователей Интернета: новые основания для стратификационного деления. Социальная структура виртуальной реальности, ее особенности. Хакеры как новая социальная группа, их типология и мотивация деятельности.</p> <p>Зависимость от Интернета (Интернет-аддикция), ее основные индикаторы. Особенности Интернета, способствующие распространению и усугублению зависимости от Сети. Проблемы, которые создает Интернет-аддикция для самого пользователя и окружающих его людей.</p> <p>Медиапотребление как социальная практика. Аудитория и пользователи: общее и особенное. Аудиторное и пользовательское поведение и его социальный фон. Интересы аудитории как фактор деятельности медиа.</p> <p>Аудитория: определение, сущностные черты, количественные и качественные характеристики. Виды аудиторий: потенциальная, реальная, регулярная, целевая. Социально-групповая и внутренняя структура аудитории как субъекта медиапотребления.</p> <p>Социальный и маркетинговый подходы в исследованиях аудитории. Аудитория как «публика»: традиция исследования эффектов массовой коммуникации. Аудитория как «рынок» потребителей товаров и услуг: исследования медиапотребления и медиапредпочтений.</p> <p>Аудитория в условиях диверсифицированной медиасреды, многоканальности и мультиплатформенности. Индивидуализация медиапотребления. Дифференциация аудитории как процесс и результат углубления различий в практиках медиапотребления и медиапредпочтениях. Фрагментация аудитории. Концепция «диффузной аудитории». Инновационные практики медиапотребления. Поколенческий разрыв в аудитории: «цифровые аборигены» (digital natives) и «цифровые иммигранты».</p>
--	---

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1.	Медиа и общество в цифровую эпоху	Лекция 1-5 Семинары 1- 2 Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов Презентация проекта Подготовка к занятию и консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2	Медиа нового поколения	Лекция 6-7 Семинар 3 Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов Презентация проекта Подготовка к занятию и консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
3	Цифровая культура и медиапотребление	Лекция 8-11 Семинары 4-5 Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов Презентация проекта Подготовка к занятию и консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

Для проведения занятий лекционного типа по дисциплине применяются такие образовательные технологии, как интерактивные лекции, проблемное обучение. Для проведения занятий семинарского типа используются групповые дискуссии, ролевые игры, анализ ситуаций и имитационных моделей.

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

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

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		

- участие в дискуссии на семинаре	7 баллов	35 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	15 баллов	15 баллов
- контрольная работа (темы 4-5)	15 баллов	15 баллов
Промежуточная аттестация – экзамен (по билетам)		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

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

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

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

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

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

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

Оценочные средства текущего контроля

В соответствии с учебным планом в структуре учебной дисциплины предусмотрено две текущие аттестации.

Форма текущего контроля: реферативный доклад.

Примерная тематика реферативных докладов

Текущая аттестация № 1.

Формируемые компетенции: ОПК-5.1, ОПК-5.1.

1. Теории информационного общества (Д. Белл, Э. Тоффлер, П. Дракер, М. Кастельс).
2. Симуляция социальности в интернет-практиках (Д. Иванов).
3. Сетевой индивидуализм (Б. Вэллман, М. Кастельс) как доминирующая форма социальности.
4. Понятие «социальная сеть» в социологии (Дж. Барнс).
5. Виртуальные сообщества (Г. Рейнгольд)
6. Концепция «силы слабых связей» М. Грановеттера.
7. «Галактика Интернет» М. Кастельса.
8. Медиа как технический посредник в коммуникации
9. Интерактивность как атрибутивная черта новых медиа
10. Институциональная структура медиа.
11. Особенности сетевых медиа.

Текущая аттестация № 2.

1. Проект TV Index: методика и технология измерения аудитории общенациональных телеканалов.
2. Проект Radio Index: методика, ключевые показатели
3. Измерение аудитории прессы: методика и технология проекта NRS (компании Mediascope).
4. Индустриальный проект по измерению аудитории российских интернет-сайтов Web Index.
5. Mass-self коммуникация и концепция Web 2.0.

6. «Новые» аудитории: digital natives.
7. Просьюмеризм и UGC.
8. Особые социальные роли – аватары, новые имена (ники). Основные подходы к выбору ника.
9. Зависимость от Интернета (Интернет-аддикция), ее основные индикаторы.
10. Социологический портрет аудитории медиа (печатное издание, радиостанция, телеканал, Интернет-сайт – по выбору студента)

Формируемые компетенции: ОПК-5.1, ОПК-5.1.

Указания по проведению текущей аттестации: работа выполняется письменно и сдается в указанные сроки проведения текущей аттестации.

Критерий оценки реферативного доклада:

- всего за текущую аттестацию 15 баллов
- раскрыть в сообщении (тексте) ключевые идеи и характеристики рассматриваемой проблемы 10 баллов,
- указать источники – 2 баллов,
- формулировка выводов – 3 баллов.

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень вопросов для промежуточной аттестации (экзамен)

Формируемые компетенции: ОПК-5.1, ОПК-5.1.

1. Традиционные и новые медиа, цифровые и новые медиа: определение и разграничение понятий.
2. Цифровая революция: сущность и социальные последствия
3. Ключевые особенности новых медиа: интерактивность, мультимедийность, персонализация. Конвергенция современных медиа: технологическая конвергенция, конвергенция культуры, нормативно-правовая конвергенция; конвергенция медиа индустрии.
4. Просьюмеризм как характерная черта современных цифровых медиа.
5. Медиатизация общественной жизни.
6. Медиаглобализация: мифы и реальность. Глобальный информационный порядок, факторы его формирования.
7. Киберпространство и виртуальная реальность.
8. Социальные взаимодействия в цифровую эпоху.
9. Социальные сети и социальные медиа. Виды социальных медиа. Опасности социальных сетей.
10. Трансформация социальных общностей в цифровую эпоху.
11. «Цифровой разрыв» как фактор углубления социального неравенства. Основные аспекты цифрового разрыва.
12. Медиа-арт: виртуальный музей и мультимедийные инсталляции в городском пространстве.
13. «Цифровизация» в экономике впечатлений: культурные индустрии.
14. Цифровая культура. Медиаэкология, медиаобразование, медиаграмотность в цифровую эпоху.
15. Культура виртуального взаимодействия: коммуникативная культура как комплекс ценностей и норм, принятых в Интернет-сообществе.
16. Мотивация пользователей Интернета. Классификация мотивов (деловой, познавательный, коммуникативный, самоутверждения, рекреации и т.д.). Субкультурные стили общения.

17. Виртуальные образы, создаваемые людьми при общении в Интернете. Различные стратегии самопрезентации личности – различные типы аватаров.
18. Социальное неравенство среди пользователей Интернета: новые основания для стратификационного деления.
19. Социальная структура виртуальной реальности, её особенности.
20. Проблемы, которые создает Интернет–зависимость для самого пользователя и окружающих его людей.
21. Медиапотребление как социальная практика.
22. Аудитория и пользователи: общее и особенное
23. Аудитория: определение, виды, социально-групповая структура
24. Аудитория как «публика» и «рынок»: традиции и направления исследований
25. Диверсификация медиасреды и фрагментация аудитории
26. Традиционные и новые формы медиапотребления

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Научные труды, монографии и статьи

1. Барт Р. Мифологии. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2004.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. М., 1999.
3. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006.
4. Бурдые П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002.
5. Винер Н. Человек управляющий. СПб., 2001.
6. Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М.: Весь мир, 2004.
7. Докучаев И.И. Введение в историю общения. Исторические типы общения. СПб., 2004.
8. Иванов Вяч. Вс. Наука о человеке: введение в современную антропологию. М.: РГГУ, 2004.
9. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
10. Крэйг Р.Т. Теория коммуникации как область знания // Компаративистика: Альманах сравнительных социогуманитарных исследований / Под ред. Л.А. Вербицкой, В.В. Васильковой, В.В. Козловского, Н.Г. Скворцова. СПб.: Социологическое общество им. М.М. Ковалевского, 2003. С. 5-44.
11. Лиотар Ж.Ф. Состояние постмодерна. СПб.: Алетейа, 1998.
12. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров: человек – текст – семиосфера – история. М.: Языки рус. культуры, 1999.
13. Луман Н. Власть. М.: Практика, 2001.
14. Луман Н. Медиа коммуникации / Пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров. М.: Логос, 2005. 280 с.
15. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Канон-Пресс-Ц «Кучково поле», 2003.
16. Тоффлер Э. Метаморфозы власти: знание, богатство и сила на пороге XXI века. М.: АСТ, 2001.
17. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб: Наука, 2000.

Литература

Основная:

1. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва: Изд. дом Высшей

- школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258>
2. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/872861>
 3. Хорольский, В. В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа: курс лекций / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150923>

Дополнительная:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн: учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва: Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038950>
3. Кириллова, Н. Б. Медиалогия как синтез наук: монография / Н. Б. Кириллова. — Москва: Академический Проект, 2020. — 368 с. — ISBN 978-5-8291-2678-0. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/133156>
4. Кириллова, Н. Б. Медиapolитика государства в условиях социокультурной модернизации: учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454656>
5. Медиасистема России: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва: Аспект Пресс, 2017. — 384 с. Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038948>
6. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - Текст: электронный. -URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1034605>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

- Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
- ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
- Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
- Cambridge University Press
- ProQuest Dissertation & Theses Global
- SAGE Journals
- Taylor and Francis
- JSTOR
- Эпистемический ресурс: оптимальные коммуникации (ОК) <http://jarki.ru>
- Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru>
- Report.ru. Сообщество экспертов (www.report.ru)
- Клуб Практиков Управления Знаниями <http://www.kmclub.ru>
- Портал «Управление знаниями» на Report.ru <http://knowledgemanagement.report.ru/>
- Информационная поддержка предпринимательства http://binfo.ru/main/products.asp?company_id=91

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

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

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

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

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

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

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

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

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

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

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

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

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

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA SE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских занятий

Семинар 1 (4 часа). Традиционные и новые медиа, цифровые и новые медиа: определение и разграничение понятий.

Вопросы для обсуждения:

1. Теории информационного общества (Д. Белл, Э. Тоффлер, П. Дракер, М. Кастельс). М. Кастельс об Интернет-экономике и сетевом обществе.
2. "Вторая медиа эпоха": определение, сущностные характеристики. Mass-self коммуникация и концепция Web 2.0.
3. Ключевые особенности новых медиа: интерактивность, мультимедийность, персонализация. Конвергенция современных медиа: технологическая конвергенция, конвергенция культуры, нормативно-правовая конвергенция; конвергенция медиа индустрии.

4. Просьюмеризм как характерная черта новых медиа. Пользовательский контент (User Generated Content).
5. Медиатизация общественной жизни. Медиатизированные формы социальной и культурной жизни.

Литература

Основная:

1. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258>
2. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/872861>
3. Хорольский, В. В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа: курс лекций / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150923>

Дополнительная:

4. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523>
5. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн: учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва: Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038950>
6. Кириллова, Н. Б. Медиалогия как синтез наук: монография / Н. Б. Кириллова. — Москва: Академический Проект, 2020. — 368 с. — ISBN 978-5-8291-2678-0. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/133156>
7. Кириллова, Н. Б. Медиapolитика государства в условиях социокультурной модернизации: учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454656>
8. Медиасистема России: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва: Аспект Пресс, 2017. — 384 с. Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038948>
9. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - Текст: электронный. -URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1034605>

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинар 2 (4 часа). Социальные взаимодействия в цифровую эпоху.

Вопросы для обсуждения:

1. Сетевой индивидуализм (Б. Вэллман, М. Кастельс) как доминирующая форма социальности.

2. Социальные сети и социальные медиа. Понятие «социальная сеть» в социологии (Дж. Барнс).
3. Трансформация социальных общностей в цифровую эпоху. Виртуальные сообщества (Г. Рейнгольд).
4. Виды социальных медиа. Социальные сети vs интернет-сообщества. Концепция «силы слабых связей» М. Грановеттера. Опасности социальных сетей.
5. «Галактика Интернет» М. Кастельса. «Цифровой разрыв» как фактор углубления социального неравенства.
6. Основные аспекты цифрового разрыва: социально-статусный, территориальный/региональный, временной (динамический), технологический.

Литература

Основная:

1. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258>
2. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/872861>
3. Хорольский, В. В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа: курс лекций / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150923>

Дополнительная:

4. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523>
5. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн: учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва: Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038950>
6. Кириллова, Н. Б. Медиалогия как синтез наук: монография / Н. Б. Кириллова. — Москва: Академический Проект, 2020. — 368 с. — ISBN 978-5-8291-2678-0. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/133156>
7. Кириллова, Н. Б. Медиapolитика государства в условиях социокультурной модернизации: учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454656>
8. Медиасистема России: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва: Аспект Пресс, 2017. — 384 с. Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038948>
9. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - Текст: электронный. -URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1034605>

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинар 3 (4 часа). Медиа нового поколения

Вопросы для обсуждения:

1. Медиаарт: виртуальный музей и мультимедийные инсталляции в городском пространстве (мультимедиа выставки, фильмы-комиксы, сетевая литература, синтетический театр, HD-трансляции, саунд-арт и т. д.).
2. «Цифровизация» в экономике впечатлений: культурные индустрии. Понятие культурных (креативных) индустрий. «Погружающая» и «вовлекающая»: новая реальность цифровой среды (игровая, виртуальная/дополненная реальность). Оцифровка памяти/цифровая смерть/цифровые ритуалы. Новые профессии в цифровой среде.

Литература

Основная:

1. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258>
2. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/872861>
3. Хорольский, В. В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа: курс лекций / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150923>

Дополнительная:

4. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523>
5. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн: учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва: Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038950>
6. Кириллова, Н. Б. Медиалогия как синтез наук: монография / Н. Б. Кириллова. — Москва: Академический Проект, 2020. — 368 с. — ISBN 978-5-8291-2678-0. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/133156>
7. Кириллова, Н. Б. Медиapolитика государства в условиях социокультурной модернизации: учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454656>
8. Медиасистема России: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва: Аспект Пресс, 2017. — 384 с. Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038948>
9. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - Текст: электронный. -URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1034605>

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинар 4 (4 часа). Цифровая культура.

Вопросы для обсуждения:

1. Медиаэкология, медиаобразование, медиаграмотность в цифровую эпоху. Экосистема медиаинформационной грамотности и цифровая грамотность.
2. Культура виртуального взаимодействия: коммуникативная культура как комплекс ценностей и норм, принятых в Интернет-сообществе. Субкультурные стили общения.
3. Мотивация пользователей Интернета. Классификация мотивов (деловой, познавательный, коммуникативный, самоутверждения, рекреации и т.д.)
4. Виртуальные образы, создаваемые людьми при общении в Интернете. Особые социальные роли – аватары, новые имена (ники). Основные подходы к выбору ника. Различные стратегии самопрезентации личности – различные типы аватаров.
5. Социальное неравенство среди пользователей Интернета: новые основания для стратификационного деления. Социальная структура виртуальной реальности, её особенности. Хакеры как новая социальная группа, их типология и мотивация деятельности.
6. Зависимость от Интернета (Интернет–аддикция), её основные индикаторы. Особенности Интернета, способствующие распространению и усугублению зависимости от Сети. Проблемы, которые создает Интернет–зависимость для самого пользователя и окружающих его людей.

Литература

Основная:

1. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258>
2. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/872861>
3. Хорольский, В. В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа: курс лекций / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150923>

Дополнительная:

4. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523>
5. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн: учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва: Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038950>
6. Кириллова, Н. Б. Медиалогия как синтез наук: монография / Н. Б. Кириллова. — Москва: Академический Проект, 2020. — 368 с. — ISBN 978-5-8291-2678-0. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/133156>
7. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации: учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454656>
8. Медиасистема России: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва: Аспект Пресс, 2017. — 384 с. Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038948>

9. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1034605>

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинар 5 (4 часа). Медиапотребление как социальная практика

Вопросы для обсуждения:

1. Аудитория и пользователи: общее и особенное. Аудиторное и пользовательское поведение и его социальный фон. Интересы аудитории как фактор деятельности медиа.
2. Аудитория: определение, сущностные черты, количественные и качественные характеристики. Виды аудиторий: потенциальная, реальная, регулярная, целевая. Социально-групповая и внутренняя структура аудитории как субъекта медиапотребления.
3. Социальный и маркетинговый подходы в исследованиях аудитории. Аудитория как «публика»: традиция исследования эффектов массовой коммуникации. Аудитория как «рынок» потребителей товаров и услуг: исследования медиапотребления и медиапредпочтений.
4. Аудитория в условиях диверсифицированной медиасреды, многоканальности и мультиплатформенности. Индивидуализация медиапотребления. Дифференциация аудитории как процесс и результат углубления различий в практиках медиапотребления и медиапредпочтениях. Фрагментация аудитории. Концепция «диффузной аудитории».
5. Инновационные практики медиапотребления.
6. Поколенческий разрыв в аудитории: «цифровые аборигены» (digital natives) и «цифровые иммигранты».

Литература

Основная:

1. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znaniium.com/catalog/product/1209258>
2. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/872861>
3. Хорольский, В. В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа: курс лекций / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znaniium.com/catalog/product/1150923>

Дополнительная:

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

6. Кириллова, Н. Б. Медиалогия как синтез наук: монография / Н. Б. Кириллова. — Москва: Академический Проект, 2020. — 368 с. — ISBN 978-5-8291-2678-0. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/133156>
7. Кириллова, Н. Б. Медиapolитика государства в условиях социокультурной модернизации: учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454656>
8. Медиасистема России: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва: Аспект Пресс, 2017. — 384 с. Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/1038948>
9. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - Текст: электронный. -URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/1034605>

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Структура и содержание реферативного доклада

Объем реферативного доклада – 7-10 стр.

Структура доклада:

Титульный лист (1 стр.). См. образец в приложении 1.

Содержание (1 стр.). См. образец в приложении 2.

Введение (1 стр.)

Основная часть (2-3 главы)

Заключение (1 стр.)

Список использованных источников и литературы (не менее 5 позиций: книг и статей).

Во введении доклада необходимо аргументировать актуальность выбранной темы для профессионала в области «связей с общественностью» и пояснить, почему вы выбрали именно ее.

Основная часть доклада состоит из двух и более частей (глав) в соответствии с составленным планом. Главы должны иметь название. Рекомендуется делать главы, равные по объему. В каждой из глав необходимо представить развернутое реферативное изложение одного из аспектов выбранной темы, а также провести сопоставление различных точек зрения на данную проблему. Во избежание плагиата на каждой странице требуется указывать постраничные ссылки на используемые источники и литературу. В конце реферативного изложения или сопоставления желательно также высказывать свое мнение по проблеме, избегая употребления личных местоимений первого лица («я» или «мы»).

В заключении доклада требуется сделать общий вывод по выбранной теме и охарактеризовать его значение для профессионала в области «связей с общественностью».

Правила оформления реферативного доклада

Реферативный доклад выполняется на листах белой бумаги формата А4 (стандартная бумага для принтера). Поля - сверху, снизу и справа 2,5 см, слева 3 см. Шрифт желательно использовать стандартный, без насечек (рекомендуется гарнитура Times New Roman), кегль 14, интервал полуторный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц внизу посередине.

Они нужны везде, кроме первого (тительного) листа. Для оформления ссылок используйте функцию «сноски внизу страницы» в программе Word.

Каждый раздел работы (содержание, введение, заключение, список использованных источников и литературы, приложение) и каждую главу целесообразно начинать с новой страницы. Названия разделов («Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников и литературы», «приложение») и глав («Глава 1. Название», «Глава 2. Название») выделить жирным шрифтом, выравнять по центру.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины: в результате изучения дисциплины студент должен овладеть целостным представлением об истории современных медиа.

Задачи:

- изучить историю возникновения медиа;
- исследовать культурные феномены, процессы и практики информационного общества, связанные с медиа;
- познакомить студентов с методологией изучения медиа, с современными критическими теориями медиа;
- выработать рефлексивную позицию у студентов по отношению к своему повседневному опыту, связанному с использованием современных медиа.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: историю развития медиа в XX – н. XXI вв.

Уметь: выделять основные типы современных медиасообществ.

Владеть: навыками теоретического анализа и историко-типологического осмысления конкретных явлений и практик медиакультуры.

ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: типологию медиа.

Уметь: формулировать и анализировать проблемы медиа и возникающих в этом пространстве субкультур.

Владеть: навыками анализа медиаресурсов с применением различных методов и стратегий.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.