

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

**УТВЕРЖДЕНО**  
решением Ученого совета

факультета культуры и искусства  
от «15» мая 2023 г., протокол №14/258



Председатель Н.С. Сафронов /Н.С. Сафронов/  
Зав. кафедрой дизайна (подпись)  
искусства интерьера факультета  
культуры и искусства  
Е.Л. Силантьева (по доверенности  
№ 321/08 от 06.02.2023г.)

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	<b>Современные медиакоммуникации</b>
Факультет	<b>Факультет культуры и искусства</b>
Кафедра	<b>Кафедра журналистики, филологии, документоведения и библиотековедения</b>
Курс	<b>2</b>

Направление (специальность): **42.03.02 «Журналистика» (бакалавриат)**  
*(код направления (специальности), полное наименование)*

Направленность (профиль/специализация): **Конвергентная журналистика**  
*(полное наименование)*

Форма обучения: **очная**  
*(очная, заочная, очно-заочная (указать только те, которые реализуются))*

Дата введения в учебный процесс УлГУ: **«01» сентября 2023 г.**

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
<b>Игнатьева Олеся Владимировна</b>	<b>Кафедра журналистики, филологии, документоведения и библиотековедения</b>	<b>Доцент, кандидат педагогических наук, доцент</b>

<b>СОГЛАСОВАНО</b>
Заведующий кафедрой журналистики, филологии, документоведения и библиотековедения
 /О.Р. Самарцев/ (ФИО)
«15» мая 2023 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цели освоения дисциплины:** сформировать у студентов гуманитарного образовательного профиля комплексные представления о медиакommunikациях как системе производства и распространения, обмена и потребления социально значимой информации по масс-медийным и интермедийным каналам коммуникации.

### Задачи освоения дисциплины:

- представить различные трактовки коммуникации, существующие в современном научном дискурсе;
- исследовать концепции средств массовой коммуникации и их роли в коммуникативном процессе;
- обозначить функции коммуникации в современной социокультурной практике;
- изучить основы теории и практики медиакommunikации в широком научном контексте (социологический, экономический, деонтологический, семиотический аспекты);
- определить научный аппарат современной медиакommunikативистики, методы исследования медиакommunikаций;
- рассмотреть основные уровни социальной коммуникации, специфику коммуникаций в различных сферах социальной жизни;
- выработать умения и навыки эффективного взаимодействия, определяющие высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

Учебная дисциплина «Современные медиакommunikации» знакомит студентов с процессами реализации медиакommunikаций, условиями и закономерностями их эффективного протекания, формирует навыки комплексного исследования современной информационно-коммуникационной среды для реализации плодотворного общения в различных типах социальных взаимодействий, что создает базу для применения изученного материала на практике.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Современные медиакommunikации» изучается в 4-ом семестре 2-ого курса и относится к обязательной части Блока Б1.О.22 «Дисциплины (модули)» учебного плана по программе бакалавриата 42.03.02 «Журналистика», профиль «Конвергентная журналистика».

Изучение учебной дисциплины происходит параллельно с получением компетенций в процессе освоения таких дисциплин, как «Современные медиаизмерения».

Дисциплина «Современные медиакommunikации» базируется на отдельных компонентах компетенций, сформированных у обучающихся в ходе изучения предшествующих учебных дисциплин учебного плана:

- «Основы теории журналистики»;
- «История России»;
- «Философия»;
- «Мастерство публичного выступления и техника речи».

Результаты освоения дисциплины «Современные медиакommunikации» будут необходимы для дальнейшего процесса обучения в рамках поэтапного формирования компетенций при изучении следующих специальных дисциплин:

- «Основы теории коммуникации»;
- «Региональная журналистика»;
- «Семиотика средств массовой информации»;

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- «Правовые основы журналистики»;
  - «Социология журналистики»;
  - «Психология журналистики»;
  - «Введение в медиаисследования и медиаизмерения»;
  - «Технология и психология интервью»;
  - «Основы маркетинга, рекламы и PR»;
  - «История отечественной журналистики»;
  - «История зарубежной журналистики»;
  - «Основы журналистской деятельности»;
  - «Экономика и менеджмент средств массовой информации»,
- а также для прохождения практик («Проектная деятельность», «Профессионально-творческая практика», «Преддипломная практика»), государственной итоговой аттестации.

### 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<p><b>УК-1</b></p> <p>Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>ИД-1 ук1 <b>Знать:</b> основы научного метода познания, аналитические методы изучения социальных проблем.</p> <p>ИД-2 ук1 <b>Уметь:</b> выделять и формулировать проблему, критически анализировать социальные ситуации, применять системный подход к творческой деятельности.</p> <p>ИД-3 ук1 <b>Владеть:</b> навыками использования научной методологии, методами системного, сравнительного и других методов анализа, выделять элементы системы, взаимосвязи между элементами, синтезом информации.</p>
<p><b>ОПК-2</b></p> <p>Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ИД-1 опк2 <b>Знать:</b> систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.</p> <p>ИД-2 опк2 <b>Уметь:</b> учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.</p> <p>ИД-3 опк2 <b>Владеть:</b> навыками анализа социальных систем,</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

	общественных и государственных институтов.
<b>ОПК-4</b> Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>ИД-1 опк4 <b>Знать:</b> актуальные социологические данные о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп.</p> <p>ИД-2 опк4 <b>Уметь:</b> анализировать структуру и информационные потребности аудитории; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов.</p> <p>ИД-3 опк4 <b>Владеть:</b> методами работы с аудиторией, медиаметрии и медиапланирования, обеспечения и анализа эффективной обратной связи.</p>
<b>ОПК-5</b> 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	<p>ИД-1 опк5 <b>Знать:</b> совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</p> <p>ИД-2 опк5 <b>Уметь:</b> 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.</p> <p>ИД-3 опк5 <b>Владеть:</b> методами осуществления своих профессиональных журналистских действий с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p>

#### 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) – 2 ЗЕТ.

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах):

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения – очная)				
	Всего по плану	в т.ч. по семестрам			
		1	2	3	4
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	32	-	-	-	32/32*
Аудиторные занятия:					
• лекции	16	-	-	-	16/16*
• семинары и практические занятия	16	-	-	-	16/16*

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

• лабораторные работы, практикумы	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа	40	-	-	-	40
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	опрос / тестирование	-	-	-	опрос / тестирование
Курсовая работа	-	-	-	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	-	-	-	зачет
<b>Всего часов по дисциплине</b>	<b>72</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>72</b>

\*В случае необходимости использования в учебном процессе частично / исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указано количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения.

#### 4.3. Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения – очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		лекции	практические занятия, семинары	лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакommunikаций.	8	2	2	-	-	4	Опрос / тестирование
Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.	8	2	2	-	-	4	Опрос / тестирование
Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы.	8	2	2	-	-	4	Опрос / тестирование
Тема 4. Экономика массовых коммуникаций.	8	2	2	-	-	4	Опрос / тестирование
Тема 5. Этико-правовые основы производства	10	2	2	-	-	6	Опрос / тестирование

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

массовой информации.							
Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика.	10	2	2	-	-	6	Опрос / тестирование
Тема 7. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории.	10	2	2	-	-	6	Опрос / тестирование
Тема 8. Медиаинформационная грамотность.	10	2	2	-	-	6	Опрос / тестирование
<b>ИТОГО:</b>	<b>72 (32)</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>40</b>	

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### **Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакommunikаций.**

#### *Содержание темы:*

Понятие «коммуникация» в современном научном знании. Функции коммуникации. Информация в коммуникации. Потенциальная и принятая информация. Субстанциональные, функциональные и атрибутивные концепции информации. Медиапространство как среда реализации медиакommunikаций. Современное медиапространство России, его особенности и тренды.

### **Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.**

#### *Содержание темы:*

Социальная система и коммуникация. Коммуникация как субъект-субъектное взаимодействие. Коммуникация как процесс социального взаимодействия людей, взятый в знаковой форме. Коммуникатор, информатор, реципиент как участники массово-информационного взаимодействия. Обмен в коммуникации как обмен сообщениями. Обратная связь в коммуникативных взаимодействиях. Массовая информация, массовая коммуникация, средства массовой коммуникации, масс-медиа, средства массовой информации: соотношение понятий. Массовое сознание и его составляющие. Событие, ситуация и личность как предметы отображения в журналистике. Эффективность и действенность масс-медиа.

### **Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы.**

#### *Содержание темы:*

Традиционные и новые медиа. Ведущие поисковые информационные системы. Развитие альтернативных источников сетевой информации: новостных агрегаторов, блогов, социальных сетей.

### **Тема 4. Экономика массовых коммуникаций.**

#### *Содержание темы:*

Ресурсы информационного производства. Организация дистрибуции массово-информационного контента.

### **Тема 5. Этико-правовые основы производства массовой информации.**

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

*Содержание темы:*

Базовые принципы работы с информацией. Получение и использование сведений в массово-информационных целях: границы допустимого. Охрана интеллектуальной собственности в сфере информации.

**Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика.**

*Содержание темы:*

Аудитория как объект и субъект медиакommunikации. Информационные потребности и интересы массовой аудитории. Требования потребителя к качеству получаемой массовой информации. Таргетинг. Подходы к сегментации аудитории: ранжирование аудитории по типу медиа, каналу, контенту. Универсальные и специализированные медиаплощадки. Методы исследования аудитории. Цели и инструменты измерения аудитории СМИ. Проблемы медиаметрии. Медиаанализ и медиапланирование.

**Тема 7. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории.**

*Содержание темы:*

Субъект медиапотребления как идентифицируемая личность с уникальными информационными запросами. Модели медиапотребления. Традиционная «линейная» модель. Площадки «нелинейного» медиапотребления: агрегаторы, видеохостинги, социальные сети, электронные версии традиционных изданий.

Практика использования аудиторией нескольких технологических устройств в процессе медиапотребления. Трансформация моделей медиапотребления в системе социальных медиа. Явление «сдвоенного экрана». UGC (пользовательский контент) и потребитель как производитель контента.

**Тема 8. Медиаинформационная грамотность.**

*Содержание темы:*


Факт, фактоид, фейковая новость. Троллинг, пранкинг. Подходы к выявлению фейковой информации. Верификация данных: технологии фактчекинга. Теории медиаэкологии, медиабезопасности, медиаобразования.

**6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

**Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакommunikаций (форма проведения – опрос / тестирование).**

*Ниже приводится примерный перечень вопросов (заданий) к теме:*

- 1) Как трактуется понятие «коммуникация» в современном научном знании?
- 2) Перечислите основные функции коммуникации.
- 3) Опишите функциональную модель коммуникации.
- 4) Какую роль играет информация в коммуникации?
- 5) При соблюдении каких условий потенциальная информация способна перейти в категорию принятой?
- 6) Определите сущность субстанциональных, функциональных и атрибутивных концепций информации.
- 7) Что Вы понимаете под коммуникативным пространством? И почему медиапространство выступает в качестве среды реализации медиакommunikаций?

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- 8) При каких условиях коммуникация может быть действительно эффективной и результативной?

**Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни** (форма проведения – опрос / тестирование).

*Ниже приводится примерный перечень вопросов (заданий) к теме:*

- 1) Что представляет собой коммуникация как субъект-субъектное взаимодействие?
- 2) Охарактеризуйте коммуникацию как процесс социального взаимодействия людей, взятый в знаковой форме.
- 3) Что общего и различного Вы можете выделить в следующих процессах: «коммуникация», «общение» и «речевая деятельность»?
- 4) Обозначьте позиции коммуникатора, информатора, реципиента как участников массово-информационного взаимодействия.
- 5) Как реализуется обратная связь в коммуникативных взаимодействиях?
- 6) Соотнесите понятия «массовая информация», «массовая коммуникация», «средства массовой коммуникации», «масс-медиа», «средства массовой информации».
- 7) Охарактеризуйте событие, ситуацию и личность как предметы отображения в журналистике.
- 8) Что такое эффективные медиакommunikации?
- 9) Назовите критерии эффективности коммуникации и выявите соотношение между целями и результатами коммуникации.
- 10) Какое влияние оказывают новые коммуникационные технологии на информационное пространство печатных СМИ, радио и телевидения, Интернет-сегмента?

**Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы** (форма проведения – опрос / тестирование).

*Ниже приводится примерный перечень вопросов (заданий) к теме:*

- 1) Дайте характеристику сегмента традиционных средств массовой информации современного отечественного медиарынка.
- 2) Какие факторы сдерживают развитие системы российской периодики? Можно ли считать газеты и журналы по-прежнему важным источником информации для российской аудитории в условиях роста популярности Интернета, цифровых носителей и падения общего интереса к чтению?
- 3) Охарактеризуйте аудиовизуальный сегмент современного российского медиарынка.
- 4) Назовите ключевые тенденции развития сектора Интернет-медиа на современном этапе.
- 5) Обозначьте ведущие поисковые информационные системы.
- 6) Определите, что представляют собой альтернативные источники сетевой информации (новостные агрегаторы, блоги, социальные сети)?

**Тема 4. Экономика массовых коммуникаций** (форма проведения – опрос / тестирование).

*Ниже приводится примерный перечень вопросов (заданий) к теме:*



Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

1. Способность товара удовлетворять информационную потребность покупателя называется:
  - a. затратами труда;
  - b. ценой товара;
  - c. потребительской стоимостью.
2. Покупатель информации, получающий сведения, знания и оценки, помогающие ему ориентироваться в действительности, – это:
  - a. производитель информации;
  - b. потребитель информации.
3. К традиционным производителям информации можно отнести следующих лиц:
  - a. читателя;
  - b. журналиста;
  - c. учредителя СМИ;
  - d. всех перечисленных.
4. Обмен между производителями журналистской информации и ее потребителями – это:
  - a. рыночные отношения;
  - b. купля-продажа материально-технических средств для редакции;
  - c. составление договора на оказание информационных услуг.
5. С усилением информационных потребностей определенных общественных групп спрос на продукцию СМИ:
  - a. возрастает;
  - b. снижается.

**Тема 5. Этико-правовые основы производства массовой информации** (форма проведения – опрос / тестирование).

*Ниже приводится примерный перечень вопросов (заданий) к теме:*

1. Может ли служить основанием для признания или непризнания человека журналистом отсутствие у него специального образования, стажа работы по специальности, членства в профессиональном союзе, гражданства и других персональных и социальных характеристик?
  - a. да;
  - b. нет.
2. Что представляет собой информация, отнесенная к разряду конфиденциальной?
  - a. общеизвестные сведения, доступ к которым и распоряжение которыми исключают необходимость получать чье-либо разрешение или приводить дополнительные доказательства их подлинности, правдивости;
  - b. особо охраняемые сведения в области военной, внешнеполитической, внешнеэкономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности государства, распространение которых может нанести ущерб его безопасности;
  - c. сведения, доступ к которым ограничен в целях соблюдения прав и законных интересов лиц, являющихся их владельцами, источниками или субъектами.
3. Что из перечисленного ниже, на Ваш взгляд, может подробно охарактеризовать основную цель и смысл проведения процедуры аккредитации?
  - a. признание права журналиста на сбор и обработку информации о деятельности различных органов и организаций;
  - b. выдача журналисту разрешения посетить мероприятие;

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- c. проверка и подтверждение документов журналиста и предоставление ему на их основе права осуществлять профессиональную деятельность в ходе конкретного мероприятия;
    - d. идентификация журналистов на мероприятии;
    - e. допуск на мероприятие именно журналистов и «отсеивание» случайных лиц, не являющихся журналистами, но стремящихся попасть на мероприятие.
  4. Право редакций СМИ на предоставление необходимых им сведений о деятельности государственных органов, организаций, предприятий, общественных объединений реализуется в возможности получения со стороны указанных инстанций и их должностных лиц ответа
    - a. по результатам проведенного эксперимента;
    - b. на запрос информации;
    - c. по результатам мониторинга и анкетирования;
    - d. на рассылку справочных и статистических материалов.
  5. Государственные органы и общественные объединения не обязаны предоставлять по запросам журналистов или редакций сведения, для подготовки которых требуется
    - a. проведение пресс-конференций;
    - b. рассылка справочных материалов;
    - c. предварительная обработка имеющейся или получение дополнительной информации;
    - d. производство каких-либо исследований.
- 1) В чем выражается право общества знать правду? И какие обязанности возникают у журналиста в связи с необходимостью производить качественный контент и своевременно информировать аудиторию?
  - 2) Назовите основные этические запреты в работе журналиста над образом персонажа своего произведения. Какие методы сбора информации о человеке считаются незаконными и неэтичными?
  - 3) Разделяете ли Вы тезис о том, что важной профессиональной задачей журналиста является четко разводить факты от мнений и подвергать сомнению все сведения, поступающие от третьих лиц?
  - 4) Почему в текущих социокультурных и экономических условиях столь актуально говорить о профессиональных стандартах поведения журналистов?
  - 5) Какие способы защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан и организаций предусмотрены в сфере массовой информации?
  - 6) Что представляет собой опровержение сведений? На кого ложится обязанность публикации опровержений?
  - 7) За какие противоправные деяния в сфере нарушения неприкосновенности частной жизни наступает ответственность?
  - 8) Обязан ли журналист получать согласие на распространение в СМИ сведений о личной жизни гражданина от самого гражданина?

**Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика** (форма проведения – опрос / тестирование).

*Ниже приводится примерный перечень вопросов (заданий) к теме:*

- 1) Назовите основные группы пользователей медиаметрической информации.
- 2) Объясните, почему сведения об информационном поведении аудитории являются объектами интереса этих общественных институтов, профессиональных групп.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- 3) Согласны ли Вы с тезисом о том, что на рынке медиаиндустрии именно потребитель осуществляет конечный выбор информационного источника?
- 4) На основании анализа каких мониторинговых данных руководство редакций СМИ способно выстраивать грамотную вещательную политику?
- 5) Что представляет собой медиапланирование как сфера применения рейтингов?

**Тема 7. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории** (форма проведения – опрос / тестирование).

*Ниже приводится примерный перечень вопросов (заданий) к теме:*

- 1) Что представляет собой субъект медиапотребления как идентифицируемая личность с уникальными информационными запросами?
- 2) Назовите известные Вам модели медиапотребления.
- 3) Как называется модель потребления медиаконтента в режиме реального времени, в соответствии с расписанием и «сеткой вещания»?
- 4) Перечислите площадки «нелинейного» медиапотребления.
- 5) Как трансформируются модели медиапотребления в системе социальных медиа?
- 6) Каковы причины трансформации структуры медиапотребления: форм получения, обмена и передачи контента?
- 7) Как реализуется практика использования аудиторией нескольких технологических устройств?
- 8) Что представляет собой явление «двоянного экрана»?
- 9) Что такое UGC? И почему потребитель в современных условиях может выступать в качестве производителя контента?

**Тема 8. Медиаинформационная грамотность** (форма проведения – опрос / тестирование).

*Ниже приводится примерный перечень вопросов (заданий) к теме:*

- 1) Что представляют собой и чем отличаются друг от друга факт, фактоид и фейк?
- 2) Охарактеризуйте сущность, проявления и возможные социальные последствия таких явлений, как троллинг, пранкинг.
- 3) Определите подходы к выявлению фейковой информации.
- 4) Каковы причины появления в медиасреде некорректного представления данных?
- 5) Какие объективные и субъективные факторы затрудняют процесс проверки информации редакциями СМИ и журналистами?
- 6) Определите концепты «фактчекинг», «верификация данных». В чем смысловые пересечения значений этих понятий?
- 7) Что представляют собой первичный и пост-, перекрёстный и чистовой виды фактчекинга?
- 8) Проанализируйте необходимость верификации данных как способа противодействия производству и распространению в информационно-коммуникационной среде фейковой информации.
- 9) Обозначьте сущность теорий медиаэкологии, медиабезопасности, медиаобразования.

## 7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Данный вид работы не предусмотрен УП.

## **8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ**

Данный вид работы не предусмотрен УП.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ**

1. Понятие «коммуникация» в современном научном знании.
2. Функции коммуникации.
3. Информация в коммуникации. Потенциальная и принятая информация.
4. Субстанциональные, функциональные и атрибутивные концепции информации.
5. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций.
6. Коммуникация как субъект-субъектное взаимодействие. Коммуникатор, информатор, реципиент как участники массово-информационного взаимодействия.
7. Обмен в коммуникации как обмен сообщениями. Обратная связь в коммуникативных взаимодействиях.
8. Массовая информация, массовая коммуникация, средства массовой коммуникации, масс-медиа, средства массовой информации: соотношение понятий.
9. Событие, ситуация и личность как предметы отображения в журналистике. Эффективность и действенность масс-медиа.
10. Традиционные и новые медиа.
11. Ведущие поисковые информационные системы.
12. Развитие альтернативных источников сетевой информации: новостных агрегаторов, блогов, социальных сетей.
13. Ресурсы информационного производства. Организация дистрибуции массово-информационного контента.
14. Базовые принципы работы с информацией. Получение и использование сведений в массово-информационных целях: границы допустимого.
15. Охрана интеллектуальной собственности в сфере информации.
16. Аудитория как объект и субъект медиакоммуникации.
17. Информационные потребности и интересы массовой аудитории. Требования потребителя к качеству получаемой массовой информации.
18. Подходы к сегментации аудитории: ранжирование аудитории по типу медиа, каналу, контенту. Универсальные и специализированные медиаплощадки.
19. Методы исследования аудитории. Цели и инструменты измерения аудитории СМИ. Проблемы медиаметрии. Медиаанализ и медиапланирование.
20. Субъект медиапотребления как идентифицируемая личность с уникальными информационными запросами.
21. Модели медиапотребления. Традиционная «линейная» модель. Площадки «нелинейного» медиапотребления. Трансформация моделей медиапотребления в системе социальных медиа.
22. UGC (пользовательский контент) и потребитель как производитель контента.
23. Факт, фактоид, фейковая новость. Троллинг, пранкинг. Подходы к выявлению фейковой информации. Верификация данных: технологии фактчекинга.
24. Теории медиаэкологии, медиабезопасности, медиаобразования.

## **10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ**

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УлГУ (протокол №8/268 от 26.03.2019 г.).

Форма обучения – очная.

<b>Название разделов и тем</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b> <i>(проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)</i>	<b>Объем в часах</b>	<b>Форма контроля</b> <i>(проверка решения задач, реферата и др.)</i>
Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакommunikаций.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному) / тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	4	Опрос / тестирование
Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному) / тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	4	Опрос / тестирование
Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному) / тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	4	Опрос / тестирование
Тема 4. Экономика массовых коммуникаций.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному) / тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	4	Опрос / тестирование
Тема 5. Этико-правовые основы производства массовой информации.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному) / тестированию;</li> </ul>	6	Опрос / тестирование

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Подготовка к тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>		
Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному) / тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	6	Опрос / тестирование
Тема 7. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному) / тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	6	Опрос / тестирование
Тема 8. Медиаинформационная грамотность.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному) / тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	6	Опрос / тестирование

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы

#### основная:

1. Игнатъева О. В. Профессиональная медиаэтика : учебное пособие / О. Игнатъева ; Ульяновск. гос. ун-т, Фак. культуры и искусства, Каф. журналистики, филологии, документоведения. - Ульяновск : УлГУ, 2018. - Загл. с экрана. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 1,15 МБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. - <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1393>.

#### дополнительная:

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией И. М. Синяева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — ISBN 978-5-238-02309-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>.
2. Основы медиаэкономики : учебное пособие / О. Игнатъева; Ульяновск. гос. ун-т, Фак. культуры и искусства, Каф. журналистики, филологии, документоведения. - Ульяновск : УлГУ, 2018. - 56 с. - <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1394>
3. Правовые основы журналистики : учебное пособие / О. Игнатъева; Ульяновск. гос. ун-т, Фак. культуры и искусства, Каф. журналистики, филологии, документоведения. - Ульяновск : УлГУ, 2020. - 72 с. - <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/4482>.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

4. Корконосенко, С. Г. Теория журналистики. Моделирование и применение : учебное пособие / С. Г. Корконосенко. — Москва : Логос, 2015. — 248 с. — ISBN 978-5-98704-471-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/51641.html>.

#### **учебно-методическая литература:**

1. Методические указания для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Современные медиакоммуникации» для студентов бакалавриата факультетов культуры и искусства, гуманитарного факультета, факультета лингвистики, межкультурных связей и профессиональной коммуникации всех форм обучения / О. В. Игнатьева. - Ульяновск : УлГУ, 2022. - 14 с. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/13373>.

Согласовано:

Гл. библиотекарь / Шевякова И.Н. /  / 26.04.2023

Должность сотрудника научной библиотеки

ФИО

подпись

дата

#### **б) Программное обеспечение:**

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ MicrosoftOffice.
- Система «Антиплагиат.ВУЗ»

#### **в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:**

##### **1. Электронно-библиотечные системы:**

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.


1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

**2. КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

##### **3. Базы данных периодических изданий:**

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. – Москва, [2023]. – URL:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		


<https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей.  
– Текст : электронный.

**4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023].  
– URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

**5. Российское образование** : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО».  
– URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

**6. Электронная библиотечная система УлГУ** : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Инженер ведущий / Щуренко Ю.В. /  / 19.05.2023  
Должность сотрудника УГГУ                      ФИО                      подпись                      дата

## 11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций и семинарских занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской.

## 12. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.



Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

**Разработчик**



(подпись)

**доцент**

(должность)

**О.В. Игнатъева**

(ФИО)