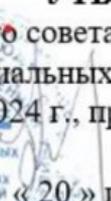


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета факультета
гуманитарных наук и социальных технологий
от «20» июня 2024 г., протокол № 5
Председатель  С.Н.Митин
« 20 » июня 2024 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Современные медиакоммуникации
Факультет	Факультет культуры и искусства
Кафедра	Кафедра журналистики, филологии, документоведения и библиотековедения
Курс	2

Направление (специальность) 43.03.02 Туризм

код направления (специальности), полное наименование

Направленность (профиль/специализация)

Организация услуг на предприятиях индустрии туризма

Форма обучения: **очная**

(очная, заочная, очно-заочная (указать только те, которые реализуются))

Дата введения в учебный процесс УлГУ: **«01» сентября 2024 г.**

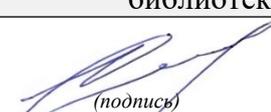
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

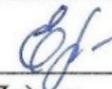
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Игнатьева Олеся Владимировна	Кафедра журналистики, филологии, documentsведения и библиотековедения	Доцент, кандидат педагогических наук, доцент

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой журналистики, филологии, документоведения и библиотековедения
 (подпись) /О.Р. Самарцев/ (ФИО) «15» мая 2024 г.

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой педагогике профессионального образования и социальной деятельности
 Подпись / Львова Е.Н./ расшифровка подписи "30" мая 2024 года

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 медиакоммуникациях 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 медиакоммуникации в широком научном контексте (социологический, экономический, деонтологический и др. аспекты);
- определить научный аппарат современной медиакоммуникативистики, методы исследования медиакоммуникаций;
- 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 медиакоммуникации» знакомит студентов с процессами реализации медиакоммуникаций, 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 Дисциплина «Современные медиакоммуникации» изучается в 4-ом семестре 2-ого курса и относится к обязательной части Блока Б1.О.22 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Изучение дисциплины происходит параллельно с получением знаний и компетенций в процессе изучения таких дисциплин, как «История России, Иностранный язык, Русский язык и культура речи, Основы туризма. Межкультурные коммуникации, Практикум речевого общения (иностранный язык).

Изучение дисциплины происходит параллельно с получением знаний и компетенций в процессе изучения таких дисциплин, как Философия, Психология и педагогика, Деловые коммуникации в сфере туризма, Организация работы гида-переводчика.

Результаты освоения дисциплины будут необходимы для дальнейшего процесса обучения при изучении следующих дисциплин: Технология делового общения в сфере туризма и гостеприимства, Деловые коммуникации в сфере туризма, Ф-в Иностранный язык в туризме, Иностранный язык (второй), Документационное обеспечение сферы туризма и гостеприимства, Профессиональная этика и этикет, Преддипломная практика, Выполнение и защита выпускной квалификационной работы.

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

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>УК-4</p> <p>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и на иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>ИД-1ук4 Знать принципы построения устного и письменного высказывания на русском и иностранных языках</p> <p>ИД-1.1ук4 Знать правила и закономерности деловой устной и письменной коммуникации</p> <p>ИД-2ук4 Уметь применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках</p> <p>ИД-3ук4 Владеть навыками чтения и перевода на иностранном языке в профессиональном общении</p> <p>ИД-3.1ук4 Владеть навыками деловых коммуникаций в устной и письменной формах на русском и иностранном языках</p> <p>ИД-3.2ук4 Владеть методикой составления суждения в межличностном деловом общении на русском и иностранном языках.</p>
<p>УК-5</p> <p>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом и философском контекстах</p>	<p>ИД-1ук5 Знать закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте</p> <p>ИД-2ук5 Уметь понимать и воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>ИД-3ук5 Владеть простейшими методами адекватного восприятия межкультурного восприятия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>ИД-3.1ук5 Владеть навыками общения в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения.</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах): 72 часа.

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*
• 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)	Тестирование, опрос	-	-	-	Тестирование, опрос
Курсовая работа	-	-	-	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	-	-	-	зачет
Всего часов по дисциплине	72	-	-	-	72

*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			
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций.	16	4	4	-	-	8	Тестирование, опрос
Тема 2.	10	2	2	-	-	6	Тестирование, опрос

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

Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.							
Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы.	10	2	2	-	-	6	Тестирование, опрос
Тема 4. Медиаметрия и медиааналитика.	10	2	2	-	-	6	Тестирование, опрос
Тема 5. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории.	16	4	4	-	-	8	Тестирование, опрос
Тема 6. Медиаинформационная грамотность.	10	2	2	-	-	6	Тестирование, опрос
ИТОГО:	72	16	16	-	-	40	

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. Современные медиакоммуникации

Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций.

Содержание темы:

Понятие коммуникации в современном научном знании. Функции коммуникации. Информация в коммуникации. Потенциальная и принятая информация. Субстанциональные, функциональные и атрибутивные концепции информации. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций.

Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.

Содержание темы:

Коммуникация как процесс социального взаимодействия людей, взятый в знаковой форме. Социальная система и коммуникация. Классификации социальных коммуникаций. Обмен в коммуникации как обмен сообщениями. Обратная связь в коммуникативных взаимодействиях. Коммуникатор, информатор, реципиент как участники массово-информационного взаимодействия. Эффективность массовых коммуникаций. Событие, ситуация, личность как предметы отображения в средствах массовой информации.

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

Содержание темы:

Традиционные и новые медиа. Массово-коммуникационные средства журналистики. Специфика передачи информации средствами печати, радио, телевидения, Интернет. Типологическая структура журналистики. Развитие альтернативных

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

источников сетевой информации: социальных сетей, блогов, мессенджеров, видеохостингов, агрегаторов новостного контента и др. Инфраструктура системы СМИ. Деятельность рекламных и информационных агентств, пресс-центров, служб по связям с общественностью.

Тема 4. 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. Методы исследования аудитории. Цели и инструменты измерения аудитории СМИ. Медиаанализ и медиапланирование.

Тема 5. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории.

Содержание темы:

Медиапотребление как показатель информационного поведения личности. Субъект медиапотребления как идентифицируемая личность с уникальными информационными запросами. Модели медиапотребления: традиционная «линейная» модель; площадки «нелинейного» медиапотребления. UGC (генерируемый пользователями контент) и потребитель как производитель контента.

Тема 6. Медиаинформационная грамотность.

Содержание темы:

Механизмы воздействия масс-медийного контента на потребителей. Конструктивная и деструктивная массовая информация. Негативное медиавоздействие. Медиаинформационная грамотность и механизмы защиты. Фактчекинг. Подходы к выявлению фейковой информации. Профессионально-нравственный императив в сфере масс-медиа. Теории медиаобразования, медиаэкологии.

5. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакommunikаций.

Понятие коммуникации в современном научном знании. Функции коммуникации. Информация в коммуникации. Потенциальная и принятая информация. Субстанциональные, функциональные и атрибутивные концепции информации. Медиапространство как среда реализации медиакommunikаций.

Ниже приводится примерный перечень вопросов по теме (для самоподготовки / контроля):

- 1) Как трактуется понятие «коммуникация» в современном научном знании? Перечислите функции коммуникации. Как Вы полагаете, почему коммуникации свойственна полифункциональность?
- 2) Дайте определение понятию «информация». Что понимается под информацией в повседневной языковой практике? Какие отличительные черты характеризуют массовую информацию как одну из разновидностей социальной информации?

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

- 3) При соблюдении каких условий потенциальная информация способна перейти в категорию принятой? От каких факторов зависит степень освоения реципиентом заложенной в сообщение / текст информации?
- 4) Представьте в виде схемы универсальную модель коммуникации. При каких условиях коммуникация может быть эффективной и результативной?
- 5) Что Вы понимаете под медиапространством? Какие близкие по значению с понятием «медиапространство» слова используют в современном научном дискурсе? И почему медиапространство выступает в качестве среды реализации медиакommunikаций?

Ниже приводится примерный перечень тестовых заданий по теме:

1. Какая из представленных ниже функций коммуникации обеспечивает выражение участниками коммуникации своих чувств, эмоций, переживаний через вербальные и невербальные средства общения?
 - a) информационная функция;
 - b) социальная функция;
 - c) экспрессивная функция;
 - d) прагматическая функция;
 - e) интерпретативная функция.
2. Обязательный участник процесса коммуникации, который осуществляет прием / восприятие информации, – это
 - a) коммуникатор;
 - b) реципиент.
3. Степень осведомленности, характеризующая возможность индивида располагать всей полнотой необходимой социально значимой информацией, которая позволяет ему адекватно ориентироваться в различных сферах человеческой жизнедеятельности и принимать правильные решения, – это
 - a) информативность;
 - b) информированность.

Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.

Коммуникация как процесс социального взаимодействия людей, взятый в знаковой форме. Социальная система и коммуникация. Классификации социальных коммуникаций. Обмен в коммуникации как обмен сообщениями. Обратная связь в коммуникативных взаимодействиях. Коммуникатор, информатор, реципиент как участники массово-информационного взаимодействия. Эффективность массовых коммуникаций. Событие, ситуация, личность как предметы отображения в средствах массовой информации.

Ниже приводится примерный перечень вопросов по теме (для самоподготовки / контроля на практическом занятии):

- 1) Каким образом социальная система способна оказывать влияние на выбор каналов трансляции информации и регулирующих коммуникативный процесс норм и правил?
- 2) Охарактеризуйте социальную коммуникацию как процесс взаимодействия людей, взятый в знаковой форме. Почему основу любой коммуникации составляет обмен сообщениями между её участниками? С применением каких знаковых средств / в каких формах может осуществляться обмен сообщениями?
- 3) Что происходит с информацией на разных этапах реализации коммуникативного процесса? Наличие скольких сторон предусматривает процесс коммуникации?

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

Обозначьте позиции коммуникатора, информатора, реципиента как участников массово-информационного взаимодействия.

- 4) Что такое эффективные медиакоммуникации? Как обратная связь помогает оценивать эффективность сообщения или коммуникативного поведения передающей стороны? Каким образом в коммуникативных взаимодействиях реализуется обратная связь синхронного и несинхронного типов?
- 5) Какими характеристиками обладает коллективный реципиент (массовая аудитория) как социальная общность?

Ниже приводится примерный перечень тестовых заданий по теме:

1. К какому типу социальных коммуникаций в зависимости от используемых знаковых средств можно отнести взаимодействие, реализуемое в форме устной или письменной речи?
 - а) вербальная коммуникация;
 - б) невербальная коммуникация.
2. Какой характер контакта свойственен массово-коммуникационному взаимодействию (при реализации коммуникации в цепочке «редакция СМИ → аудитория»)?
 - а) непосредственный;
 - б) опосредованный.
3. Какой из перечисленных ниже предметов массово-информационного отображения можно охарактеризовать как совокупность обстоятельств, описывающих состояние объекта или процесса?
 - а) событие;
 - б) ситуация;
 - с) личность.

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

Традиционные и новые медиа. Массово-коммуникационные средства журналистики. Специфика передачи информации средствами печати, радио, телевидения, Интернет. Типологическая структура журналистики. Развитие альтернативных источников сетевой информации: социальных сетей, блогов, мессенджеров, видеохостингов, агрегаторов новостного контента и др. Инфраструктура системы СМИ. Деятельность рекламных и информационных агентств, пресс-центров, служб по связям с общественностью.

Ниже приводится примерный перечень вопросов по теме (для самоподготовки / контроля на практическом занятии):

- 1) Что представляют собой и чем отличаются друг от друга традиционные и новые медиа как сегменты общей системы средств массового информирования населения?
- 2) Как распространяют информацию печать, радио, телевидение, Интернет? Согласны ли Вы с тезисом о том, что Интернет-медиа соединяют в себе возможности всех типов средств массовой информации? Какие уникальные особенности отличают медиаинформационный Интернет-сегмент?
- 3) Какое содержание вкладывается в понятия «типологическая модель», «типологическая концепция» СМИ? Проследите взаимосвязь между выявлением средством массовой информации своего типа и реализацией им эффективной информационной политики.

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

- 4) Определите, что представляют собой альтернативные источники сетевой информации (социальные сети, мессенджеры, видеохостинги, агрегаторы новостного контента, блоги и др.).
- 5) Обозначьте особенности деятельности рекламных и информационных агентств, пресс-центров, служб по связям с общественностью. Какую роль в работе редакций СМИ и информировании общественности играет каждая из обозначенных организаций?

Ниже приводится примерный перечень тестовых заданий по теме:

1. СМИ какой категории сформировались в условиях развития Интернета и используют цифровые технологии для передачи информации аудитории?
 - a) традиционные медиа;
 - b) новые медиа.
2. Какой из перечисленных ниже массово-коммуникационных каналов представляет собой средство распространения информации с помощью печатного воспроизведения текста и изображения?
 - a) пресса;
 - b) радио;
 - c) телевидение;
 - d) Интернет.
3. Какое из представленных ниже оснований в соответствии с реализацией формально-количественного подхода позволяет подразделить СМИ на категории глобальных, общенациональных, региональных, местных?
 - a) территория / ареал распространения масс-медийной продукции;
 - b) периодичность выхода;
 - c) время выпуска в свет / в эфир;
 - d) форма собственности.

Тема 4. Медиаметрия и медиааналитика.

Аудитория как объект и субъект медиакommunikации. Информационные потребности и интересы массовой аудитории. Требования потребителя к качеству получаемой массовой информации. Таргетинг. Методы исследования аудитории. Цели и инструменты измерения аудитории СМИ. Медиаанализ и медиапланирование.

Ниже приводится примерный перечень вопросов по теме (для самоподготовки / контроля на практическом занятии):

- 1) Как влияют предпочтения аудитории на форму и характер транслируемых СМИ сообщений и распространяемых материалов?
- 2) Согласны ли Вы с тезисом о том, что изучение медиаинформационного поведения аудитории читателей, зрителей, слушателей, пользователей Интернет-медиаресурсов позволяет своевременно корректировать содержимое масс-медийных площадок и правильно оценивать эффективность рекламных воздействий? Аргументируйте.
- 3) Каким образом анализ результатов медиаметрических исследований помогает СМИ и социальным медиа осуществлять адресный, таргетированный подход к пользователям?
- 4) Что представляет собой медиаметрия как научно-прикладное направление? Обозначьте главный предмет медиаметрических исследований.
- 5) Назовите известные Вам группы пользователей медиаметрической информации. Объясните, почему сведения об информационном поведении аудитории являются

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

объектами интереса различных общественных институтов, профессиональных групп.

Ниже приводится примерный перечень тестовых заданий по теме:

1. Какой тип медиаметрических измерений позволяет проследить в динамике изменения поведения аудитории или иные исследуемые процессы?
 - a) реализуемые однократно;
 - b) реализуемые многократно.
2. С помощью каких методик выявляются мотивы и установки людей, определяющие причины выбора того или иного медиаканала, особенности восприятия предлагаемого контента, отношения к текстам, их авторам и каналам-трансляторам?
 - a) количественных методик;
 - b) качественных методик.
3. Для какой из сторон массово-информационных отношений при реализации технологии таргетинга удастся получить подборку предложений с учетом информационных предпочтений, пропуская стадию поиска?
 - a) производитель масс-медийного контента;
 - b) потребитель масс-медийного контента.

Тема 5. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории.

Медиапотребление как показатель информационного поведения личности. Субъект медиапотребления как идентифицируемая личность с уникальными информационными запросами. Модели медиапотребления: традиционная «линейная» модель; площадки «нелинейного» медиапотребления. UGC (генерируемый пользователями контент) и потребитель как производитель контента.

Ниже приводится примерный перечень вопросов по теме (для самоподготовки / контроля на практическом занятии):

- 1) Как формируется и на что направлено медиаповедение как система действий индивида, сложившаяся в результате его взаимодействия с медиасредой? Определите, что представляет собой медиапотребление как форма медиаповедения личности.
- 2) Что заставляет человека регулярно или время от времени обращаться к источникам массовой информации? Охарактеризуйте типы потребителей масс-медийного контента в зависимости от цели обращения к СМИ.
- 3) Назовите известные Вам модели медиапотребления и приведите примеры реализации этих моделей на практике.
- 4) Обозначьте площадки реализации «нелинейной» формы медиапотребления. Каковы причины трансформации структуры медиапотребления: форм получения, обмена и передачи контента?
- 5) Как Вы полагаете, можно ли считать аудиторию читателей, зрителей, слушателей, пользователей Интернет-медиа самостоятельной частью современной информационно-коммуникационной системы?

Ниже приводится примерный перечень тестовых заданий по теме:

1. Медиапотребитель какого типа осознанно запрашивает сведения, необходимые для решения конкретной задачи, получает новую информацию с целью ее последующей переработки?

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

- a) пассивного типа;
 - b) активного типа;
 - c) ситуативного типа.
2. Как называется модель потребления медиаконтента в режиме реального времени, в соответствии с расписанием и «сеткой вещания» каналов передачи информации?
 - a) «линейная» модель;
 - b) «нелинейная» модель.
 3. Медиапотребитель формирует собственное информационное пространство, выдающее персонализированный контент, релевантный его интересам. Какая из представленных ниже тенденций обозначает данную особенность современного медиапотребления?
 - a) потребление отличается избирательностью контента;
 - b) потребление интерактивно;
 - c) потребление информации происходит непрерывно;
 - d) потребление информации происходит межплатформенно.

Тема 6. Медиаинформационная грамотность.

Механизмы воздействия масс-медийного контента на потребителей. Конструктивная и деструктивная массовая информация. Негативное медиавоздействие. Медиаинформационная грамотность и механизмы защиты. Фактчекинг. Подходы к выявлению фейковой информации. Профессионально-нравственный императив в сфере масс-медиа. Теории медиаобразования, медиаэкологии.

Ниже приводится примерный перечень вопросов по теме (для самоподготовки / контроля на практическом занятии):

- 1) Известно, что СМИ и социальные медиа способны оказывать влияние на массовое сознание. Какие проявления позитивного и негативного массово-информационного воздействия медиасреды на потребителя Вы могли бы назвать?
- 2) Согласны ли Вы с тезисом о том, что для современного медиапотребителя актуально и значимо проверять факты, подвергать критическому осмыслению информацию, идущую из социальных сетей, блогов и средств массовой информации? Свой ответ аргументируйте.
- 3) Что представляют собой и чем отличаются друг от друга факт, фактоид и фейк? Определите подходы к выявлению фейковой информации. Что представляет собой и какие механизмы включает технология фактчекинга?
- 4) Обозначьте сущность теорий медиаэкологии, медиабезопасности, медиаобразования.
- 5) Что, по Вашему мнению, следует понимать под медиаинформационной грамотностью и культурой взаимодействия потребителя с масс-медийным контентом?

Ниже приводится примерный перечень тестовых заданий по теме:

1. Контент, несущий социально-полезную информацию, способствующий развитию и улучшению общественных процессов, – это
 - a) конструктивный контент;
 - b) деструктивный контент.
2. Что можно понимать под фактом в широком смысловом значении?
 - a) любое предположение, которое указывает на наличие связи между процессами или явлениями;
 - b) утверждение, которое описывает реально произошедшее событие, явление;
 - c) информация, которая может быть подтверждена или опровергнута.

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

3. Междисциплинарная область знаний, изучающая медийную экосистему, особенности взаимодействия человека и информационной среды, – это
 - a) медиаэкология;
 - b) медиаобразование;
 - c) медиабезопасность.

6. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

7. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

8. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Понятие коммуникации 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 процесс социального взаимодействия людей. Социальная система и коммуникация. Классификации социальных коммуникаций.
7. Обмен в коммуникации как обмен сообщениями. Обратная связь в коммуникативных взаимодействиях.
8. Коммуникатор, информатор, реципиент как участники массово-информационного взаимодействия.
9. Событие, ситуация, личность как предметы отображения в средствах массовой информации. Эффективность массовых коммуникаций.
10. Традиционные и новые медиа. Специфика передачи информации средствами печати, радио, телевидения, Интернет.
11. Развитие альтернативных источников сетевой информации: социальных сетей, блогов, мессенджеров, видеохостингов, агрегаторов новостного контента и др.
12. Типологическая структура и инфраструктура системы СМИ. Деятельность рекламных и информационных агентств, пресс-центров, служб по связям с общественностью.
13. Аудитория как объект и субъект медиакоммуникации. Информационные потребности и интересы массовой аудитории. Требования потребителя к качеству получаемой массовой информации.
14. Методы исследования аудитории. Цели и инструменты измерения аудитории СМИ.
15. Проблемы медиаметрии. Медиаанализ и медиапланирование.
16. Медиапотребление как показатель информационного поведения личности.
17. Модели медиапотребления: традиционная «линейная» модель; площадки «нелинейного» медиапотребления.
18. UGC (генерируемый пользователями контент) и потребитель как производитель контента.
19. Механизмы воздействия масс-медийного контента на потребителей. Конструктивная и деструктивная массовая информация.
20. Фактчекинг. Подходы к выявлению фейковой информации. Теории медиаобразования, медиаэкологии. Медиаинформационная грамотность.

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

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

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.).

По каждой форме обучения: очная / заочная / очно-заочная заполняется отдельная таблица.

Форма обучения – очная.

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакommunikаций.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Проработка вопросов для самоподготовки / контроля на практическом занятии; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче зачета. 	8	Тестирование, опрос
Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Проработка вопросов для самоподготовки / контроля на практическом занятии; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче зачета. 	6	Тестирование, опрос
Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Проработка вопросов для самоподготовки / контроля на практическом занятии; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче зачета. 	6	Тестирование, опрос
Тема 4. Медиаметрия и медиааналитика.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; 	6	Тестирование, опрос

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

	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка вопросов для самоподготовки / контроля на практическом занятии; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче зачета. 		
Тема 5. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Проработка вопросов для самоподготовки / контроля на практическом занятии; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче зачета. 	8	Тестирование, опрос
Тема 6. Медиаинформационная грамотность.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Проработка вопросов для самоподготовки / контроля на практическом занятии; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче зачета. 	6	Тестирование, опрос

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

основная:

1. Гавра Д. П. Основы теории коммуникации : учебник / Д. П. Гавра. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 231 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/536707>.
2. 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. Игнатъева. - Ульяновск : УлГУ, 2022. - 14 с. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/13373>.

Согласовано:

Вед. специалист	/	Шевякова И.Н.	/		/	26.04.2024
Должность сотрудника научной библиотеки		ФИО		подпись		дата

б) Программное обеспечение:

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

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

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, [2024]. – 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, [2024]. - 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, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букап». – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2024]. - 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, [2024].

3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – 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.

Инженер ведущий



Щуренко Ю.В.

2024

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

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для представления информации большой аудитории. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе: мультимедийное оборудование: компьютер / ноутбук, экран, проектор / телевизор.

13. 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.

Разработчик



(подпись)

доцент

(должность)

О.В. Игнатьева

(ФИО)