

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

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

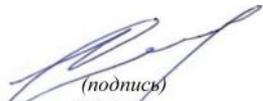
Направление 41.03.05 Международные отношения
Направленность (профиль) Международные отношения и внешняя политика
Форма обучения очная

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

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 202__ г.
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 202__ г.
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 202__ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Игнатьева Олеся Владимировна	журналистики, филологии, документоведения и библиотековедения	доцент, к.пед.н., доцент

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой журналистики, филологии, документоведения и библиотековедения	Заведующий выпускающей кафедрой истории Отечества, регионоведения и международных отношений
 Самарцев О.Р. «15» мая 2024 г.	 Карнаухова М.В. 3 июня 2024 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 и др. 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.

Изучение дисциплины базируется на основе знаний, умений и компетенций, сформированных у обучающихся при изучении предшествующих дисциплин учебного плана: «Иностранный язык», «Русский язык и культура речи», «Межкультурные коммуникации», «Технологии делового общения», «Психология и педагогика», «Введение в специальность научно-образовательного кластера», «Практикум речевого общения (иностранный язык)», «Второй иностранный язык (немецкий)», «Страноведение» «Технология ведения переговоров».

Результаты освоения дисциплины будут необходимы для дальнейшего процесса обучения в рамках поэтапного формирования компетенций при изучении следующих дисциплин: «Организация работы гида-переводчика», «Предпрофессиональный электив. Методология и методы исследования международных отношений», «Третий иностранный язык (французский)», «Английский язык в профессиональной деятельности», «Государственное право зарубежных стран», «Практикум ведения международных переговоров», «Дискурс и дискурсивная практика», «История и культура зарубежных стран (германоязычный регион)», «История и культура регионов России», «История и культура зарубежных стран (франкоязычный регион)», «Этносы и религии народов России», «Профессиональная лексика в сфере международных отношений (на

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

французском языке)», «Устная и письменная коммуникация в международной сфере (на французском языке)», «Профессиональная лексика в сфере международных отношений (на немецком языке)», «Перевод общественно-политической лексики (на немецком языке)», т.е. дисциплины, которые будут ПОСЛЕ или идут параллельно изучения данного предмета; а также для прохождения ознакомительной практики, подготовки к сдаче и сдачи государственного экзамена по иностранному языку, подготовки к сдаче и сдачи государственного экзамена по направлению подготовки, выполнения и защиты выпускной квалификационной работы.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИД-1ук4 Знать принципы построения устного и письменного высказывания на русском и иностранных языках ИД-1.1ук4 Знать правила и закономерности деловой устной и письменной коммуникации ИД-2ук4 Уметь применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках ИД-3ук4 Владеть навыками чтения и перевода на иностранном языке в профессиональном общении ИД-3.1ук4 Владеть навыками деловых коммуникаций в устной и письменной формах на русском и иностранном языках ИД-3.2ук4 Владеть методикой составления суждения в межличностном деловом общении на русском и иностранном языках
ОПКу-1 Способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития в профессиональной сфере	ИД-1 опку 1 Знать потенциал для самореализации в профессиональной сфере, свои сильные и слабые стороны, внутренние и внешние факторы, повышающие и снижающие эффективность саморазвития в профессиональной сфере. ИД-2 опку 1 Уметь оценивать свои возможности и способности на основе полученных знаний, соотносить свои силы и возможности со сложностью решаемых задач, самостоятельно определять стратегию профессионального саморазвития.

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

	ИД-3 опку 1 Владеть умением самостоятельно выбирать подходящие методы и средства для преодоления возникающих личностно-профессиональных барьеров в профессиональной деятельности; умением актуализировать накопленные знания, умения и использовать их в процессе реализации своих профессиональных функций.
--	---

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы

4.2. 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

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

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

Форма обучения – очная

Название и разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	Занятия в интерактивной форме	
		лекции	практические занятия, семинары	лабораторная работа			
Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакommunikаций	16	4	4	-	8	-	Тестирование, опрос
Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни	10	2	2	-	6	-	Тестирование, опрос
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	-	

5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Раздел 1. Современные медиакommunikации

Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакommunikаций.

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 медиакommunikаций.

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.

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

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 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.

6. 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?

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

- 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?
- 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 информации, 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?

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

3) Что происходит с информацией на разных этапах реализации коммуникативного процесса? Наличие скольких сторон предусматривает процесс коммуникации? 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?

- a) вербальная коммуникация;
- b) невербальная коммуникация.

2. Какой характер контакта свойственен массово-коммуникационному взаимодействию (при реализации коммуникации в цепочке «редакция СМИ - аудитория»)?

- a) непосредственный;
- b) опосредованный.

3. Какой из перечисленных ниже предметов массово-информационного отображения можно охарактеризовать как совокупность обстоятельств, описывающих состояние объекта или процесса?

- a) событие;
- b) ситуация;
- c) 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 объектами интереса различных общественных институтов, профессиональных групп.

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

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?
 - 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?

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

- а) «линейная» модель;
 б) «нелинейная» модель.
3. Медиапотребитель формирует собственное информационное пространство, выдающее персонализированный контент, релевантный его интересам. Какая из представленных ниже тенденций обозначает данную особенность современного медиапотребления?
 а) потребление отличается избирательностью контента;
 б) потребление интерактивно;
 в) потребление информации происходит непрерывно;
 г) 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
 - а) конструктивный контент;
 - б) деструктивный контент.
 2. Что можно понимать под фактом в широком смысловом значении?
 - а) любое предположение, которое указывает на наличие связи между процессами или явлениями;
 - б) утверждение, которое описывает реально произошедшее событие, явление;
 - в) информация, которая может быть подтверждена или опровергнута.
- Междисциплинарная область знаний, изучающая медийную экосистему, особенности взаимодействия человека и информационной среды, – это
- а) медиаэкология;
 - б) медиаобразование;
 - в) медиабезопасность.

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

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

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 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 медиакommunikаций.
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. 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 медиакommunikации.
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.

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

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакommunikаций	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	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	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	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 5. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории	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	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

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

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. Игнатьева О. В. Профессиональная медиаэтика : учебное пособие / О. Игнатьева ; 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. Игнатьева; 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. Игнатьева; 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>.
3. 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:

Вед. специалист

/ Шевякова И.Н.

/ 

/ 26.04.2024

Должность сотрудника
научной библиотеки

ФИО

подпись

дата

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

б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс

Система «Антиплагиат.ВУЗ»

MicrosoftOffice 2016 или «Мой офис стандартный»

ОС MicrosoftWindows

Антивирус Dr.Web

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, [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. Игнатъева

(ФИО)