

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



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

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

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 № 9 от 15.05.2024 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
Игнатъева Олеся Владимировна	Кафедра журналистики, филологии, документоведения и библиотековедения	Доцент, кандидат педагогических наук, доцент

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

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

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину	Подпись	Дата
1.	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендуемой литературы; б) Программное обеспечение; в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением ПРИЛОЖЕНИЯ 1.	Самарцев О.Р.		15.05.2024

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, семиотический 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 «Современные медиакоммуникации» 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 медиакоммуникации» 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 медиакоммуникации» будут необходимы для дальнейшего процесса обучения в рамках поэтапного формирования компетенций при изучении следующих специальных дисциплин:

- «Основы теории коммуникации»;
- «Региональная журналистика»;

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

- «Семиотика средств массовой информации»;
- «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
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>Знать: основы научного метода познания, аналитические методы изучения социальных проблем.</p> <p>Уметь: выделять и формулировать проблему, критически анализировать социальные ситуации, применять системный подход к творческой деятельности.</p> <p>Владеть: навыками использования научной методологии, методами системного, сравнительного и других методов анализа, выделять элементы системы, взаимосвязи между элементами, синтезом информации.</p>
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p>Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.</p> <p>Уметь: учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.</p> <p>Владеть: навыками анализа социальных систем, общественных и государственных институтов.</p>
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности	<p>Знать: актуальные социологические данные о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп.</p>

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

общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>Уметь: анализировать структуру и информационные потребности аудитории; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов.</p> <p>Владеть: методами работы с аудиторией, медиаметрии и медиапланирования, обеспечения и анализа эффективной обратной связи.</p>
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</p> <p>Уметь: 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>Владеть: 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): 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	-	-	-	-	-

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

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			
1	2	3	4	5	6	7	8
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 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. Современные медиакommunikации

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

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.

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.

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

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?
- 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

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

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? 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.

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

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.
- 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.

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

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.

Ниже приводится примерный перечень тестовых заданий по теме:

1. Какой тип медиаметрических измерений позволяет проследить в динамике изменения поведения аудитории или иные исследуемые процессы?
 - а) реализуемые однократно;
 - б) 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?
 - а) количественных методик;
 - б) 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?
 - а) производитель масс-медийного контента;
 - б) 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.

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

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?
 - 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

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

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

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 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.

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

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 медиакommunikации. 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.

10. 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 	8	Тестирование, опрос

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

	<p>практическом занятии;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче зачета. 		
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; • 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.	<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

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. Игнатьева Олеся Владимировна. Профессиональная медиаэтика : учебное пособие / О.В. Игнатьева ; Ульяновск. гос. ун-т, Фак. культуры и искусства, Каф. журналистики, филологии, документоведения. - Ульяновск : УлГУ, 2018. - 75 с. - Библиогр.: с. 60-61. — ISBN 1_254108.
2. Гавра Дмитрий Петрович. Основы теории коммуникации : Учебник для вузов / Гавра Д. П. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2021. - 231 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/469805> (дата обращения: 26.10.2021). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-06317-2 : 709.00. — ISBN 0_297992.

дополнительная:

1. Игнатьева Олеся Владимировна. Основы медиаэкономики : учебное пособие / О.В. Игнатьева ; Ульяновск. гос. ун-т, Фак. культуры и искусства, Каф. журналистики, филологии, документоведения. - Ульяновск : УлГУ, 2018. - 56 с. — ISBN 1_254107.
2. Игнатьева Олеся Владимировна. Правовые основы журналистики : учебное пособие / О.В. Игнатьева ; Ульян. гос. ун-т, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2020. - 71 с. - Библиогр.: с. 66-68.— ISBN 1_255615.
3. Кухаренко, Е. Г. Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие / Е. Г. Кухаренко, Г. И. Пермяков. - Москва : Московский технический университет связи и информатики, 2015. - 42 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 12.02.2025 (автопродлонгация). - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/92465.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 2227-8397.— ISBN 0_152574.

учебно-методическая литература:

1. Игнатьева О. В. 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 . - 2022. - 14 с. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/13373>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. — ISBN 0_476008.

Согласовано:

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

Должность сотрудника научной библиотеки

ФИО

подпись

дата

б) Программное обеспечение:

- Операционная система "Альт образование";
- Офисный пакет "Мой офис".

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:

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

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. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букап». – Томск, [2023]. – 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, [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: <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
Должность сотрудника УГГУ

Щуренко Ю.В.
ФИО


подпись

19.05.2023
дата

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)

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

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.

**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>.
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