

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТЮМАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ТГУ»)

Институт филологии и социальных коммуникаций
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института филологии
и социальных коммуникаций

 О.С. Перевяев
« 5 » 11 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Основы теории медиакоммуникации

По направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело

Профиль – Редактор средств массовой информации

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная

Курс - 1 (1 семестр)

Душарь, 2024.

Рабочая программа учебной дисциплины Основы теории межкультурной коммуникации является частью основной профессиональной образовательной программы для подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.03 Исследовательское дело, профилю подготовки специалист по межкультурной коммуникации.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.03 Исследовательское дело, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 04.06.2017 № 525 (с изменениями и дополнениями) и Профессиональными стандартами, утвержденными Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта» от 04 августа 2014 года № 538н, от 04 августа 2014 года № 538н.

СОСТАВИТЕЛЬ:

д-р пед. наук, профессор кафедры журналистики и издательского дела, кандидат наук, доцент высшей школы ГС. Гамина.

Утверждена на заседании кафедры журналистики и издательского дела
Протокол от « 1 » августа 20 14 г. № 1

Заведующий кафедрой журналистики и издательского дела

Е.А. Кузнецова

Одобрена на заседании учебно-методической комиссии Института филологии и социальных коммуникаций

Протокол от « 11 » августа 20 14 г. № 1

Председатель учебно-методической комиссии Института филологии и социальных коммуникаций

О.В. Мифтахова

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий учебно-методическим отделом

В.В. Сивяков

« 11 » августа 20 14 г.

1. Цели и задачи учебной дисциплины

В процессе изучения дисциплины «Основы теории медиакommunikации» у студентов формируются основы знаний теории и практики теории медиакommunikации, представления о понятийном аппарате данной дисциплины, принципах и закономерностях процесса медиакommunikации, изучаются особенности медиакommunikации, которые содействуют успешной профессиональной деятельности; формируются профессиональные компетенции, установленные данной программой.

Цель дисциплины: комплексное освоение студентами основных теоретических представлений о медиакommunikациях как системе производства, распространения, обмена, потребления социально значимой, имеющей стратегические цели информации по массмедийным и интермедийным каналам в индивидуальном, групповом, массовом форматах при помощи разнообразных коммуникативных средств; дать представление об основных областях и разделах теории медиакommunikации в их применении к конкретной журналистской практике, формирование у студентов системного представления о современных теоретических подходах к изучению медиакommunikаций при демонстрации значимости междисциплинарного знания в области медиаисследований. Данный курс ориентирован на формирование сознательного и ответственного отношения к речи как важнейшей части речевой, коммуникативной, профессиональной и общей культуры полноценного гражданина общества и профессионала в сфере журналистики.

Задачи дисциплины:

- углубить знания студентов о природе, многообразии форм и специфике медиакommunikационных процессов в обществе;
- обеспечить студентов знаниями о структуре процессов медиакommunikации, условиях и закономерностях их эффективного протекания;
- сформировать навыки для комплексного исследования и оптимизации процессов медиакommunikации;
- характеристика основных теоретических концепций медиакommunikаций в исторической ретроспективе;
- усовершенствовать способности бакалавров к плодотворному общению в различных типах социальных взаимодействий;
- уяснить взаимосвязь между понятиями «коммуникация», «медиакommunikация», «массмедиа», «средства массовой информации», «электронные медиа» и выстраивание их в четкую терминосистему;
- выработка навыков использования теории медиакommunikаций в качестве концептуальной основы для анализа процессов, происходящих в сфере медиа;
- обучить основам логического, аргументированного и ясного построения устной и письменной воздействующей публичной речи,
- формировать практические навыки по проведению дискуссии и аргументации своей позиции в полемике, диалоге, дискуссии и публичном выступлении.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Основы теории медиакommunikации» относится к Блоку 1. Дисциплин обязательной части подготовки студентов. Индекс дисциплины – Б1.0.14.

Необходимыми условиями для освоения учебной дисциплины являются: навыки организации самостоятельной работы, самообразования, самосовершенствования, развития профессионального мышления, рефлексивных умений и творческих коммуникативных способностей. Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Введение в специальность», «Медиаэтика», «Теория текста» и служит основой для дальнейшего освоения дисциплин: «Редакторская профессия», «Реклама и PR-кампании», «Издательское дело». Освоение дисциплины

является необходимой основой для прохождения обучающимися практики по получению умений и опыта в профессиональной деятельности.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения	Результаты обучения по дисциплине
общепрофессиональные		
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИД-1. ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса. ИД-2. ОПК-3.2. Решает задачи профессиональной деятельности с учетом достижений мировой и отечественной культуры.	Знает: тенденции развития государственных и общественных институтов; основы поиска достоверной информации в социальных сетях; знает специфику создания медиатекста, коммуникационных продуктов Умеет: применять на практике полученные знания, апробируя профессиональные навыки в создаваемых медиатекстах и коммуникационных продуктах Владеет: навыками создания и анализа медиапродуктов в СМИ, использует этот опыт в практике профессиональной деятельности.

4. Структура и содержание учебной дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов /зач. ед.	
	Очная форма	Заочная форма (Журналистика)
Общая учебная нагрузка	2/ 72	
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего часов) в том числе:	24	
Лекции	10	
Семинарские занятия		-
Практические занятия	14	
Лабораторные работы	-	-
Контрольные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (контроль)	4	
Самостоятельная работа студента (всего часов)	44	
Форма аттестации	зачет	

4.2. Содержание разделов учебной дисциплины

Раздел 1. Методологические проблемы теории медиакоммуникаций

Тема 1. Роль медиакоммуникационных революций в обществе.

Понятие информационная революция. Этапы эволюционного развития СМИ. Причины, характер и последствия медиакоммуникационных революций. Первая медиакоммуникационная революция (вторая половина XIX в.). Вторая медиакоммуникационная революция (20–30-е гг. XX в.). Третья медиакоммуникационная революция (50-е гг. XX в.). Четвертая медиакоммуникационная революция (последняя четверть XX в.).

Функции массмедиа (советский и постсоветский период). Информационная функция. Информационные выпуски. Факторы эффективного новостного телевидения. Четыре модели процесса создания новости. Гибридная медиаинформация. Пропагандистская функция. Коммерциализация телевидения. Инфотеймент. Организаторская функция. Культурно-просветительская функция. Образовательные программы. Образовательная функция ТВ.

Тема 2. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций

Коммуникация и медиакоммуникация. Социокультурная динамика как эволюция форм, способов и технологий человеческой коммуникации. Культура устной речи, культура печатного текста, культура экрана. Формирование представлений о роли и значении медиапосредников в коммуникации. Основные подходы к понятию «медиа». Медиа в концепции М. Маклюэна. Медиа и массмедиа. Медиа, средства массовой коммуникации, средства массовой информации: соотношение понятий. «Коммуникация» и «медиакоммуникация».

Медиатизация общества: проблемы и последствия. Понятие медиатизации общества, его предпосылки. «Медийный человек» как основная характеристика современной личности. Понятие медиапространства как среды реализации медиакоммуникаций. Подходы к понятию «медиапространство».

Тема 3. Проблемы человека и культуры в современном информационном обществе

Осмысление концепции «третьей волны» в развитии общества. Идеология информационного общества. Понимание информационного общества в концепциях различных философов (Э. Тоффлер и др.). Развитие индустрии. Информационные технологии и телекоммуникации в информационном обществе. Роль трансформации коммуникационных процессов в становлении информационного общества. Роль информатизации в развитии общества. Место традиционных и новых медиа в информационных процессах. Понимание современной культуры в работах культурологов и философов (Э. Тоффлер, К. Ясперс, Ж. Эллюль). Техно-центристский и культуро-центристский подходы к информации и коммуникации. «Демассификация» и «персонализация». Воздействие личностных факторов на процесс развития культуры информационного общества. Рост значения «просьюмера». «Линейные города». Образование, гражданские права и свободы личности. «Человек медийный» и его связь с процессом получения, потребления и осмысления медиатизированной информации в медийной среде. Потребление информации как манипуляция знаками и символический обмен. Информационная культура как «блиц-культура».

Раздел 2. Прикладные проблемы теории медиакоммуникации

Тема 4. Теории влияния массмедиа в рамках концепции массового общества

Проблема осмысления роли массмедиа в изменении мировосприятия, «дегуманизации» культуры и формировании совершенно новых форм общения в XX – начале XXI вв. Теоретический уровень феномена массовой коммуникации. Человеко-ориентированный и медиа-ориентированный подходы в теории массовой коммуникации. Особенности структурно-резонансной мозаичности восприятия информации в современном мире. Факторы, влияющие на эффективность восприятия информации. Конструирование реальности в массмедиа. Функции СМИ. Массмедиа как социальный институт. Концепция массового общества и теории влияния массмедиа. Этапы изучения эффектов медиавоздействия. Понятие и виды эффектов медиавоздействия. Теория

формирования общественного мнения (У. Липпман). Теории пропаганды: «хорошая» пропаганда должна осторожно готовить людей к принятию идей и действий / «волшебной пули»: сообщение проникает в мозг и мгновенно вызывает реакцию в мыслях и эмоциях

(Г. Лассуэлл). Феномен гейткипинга в медиасфере и модель двухступенчатого потока коммуникации Э. Каца и П. Лазарсфельда. Теория использования и удовлетворения (Дж. Клэппер и др.). Теория разрыва в знаниях (П. Тиченор и др.). Модель зависимости от медиаэффектов (С. БоллРокич, М. Де Флер). Концепция «усталости сострадать» (К. Кинник и др.).

Тема 5. Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния

Навыки уверенного поведения. Личное обаяние. Харизма. Управление внутренним состоянием. Управление собственным имиджем. Голос и характер его воздействия. Работа с голосом (тембр, темп, интонация). Вербальные характеристики речи (лексика, построение фраз, стиль). Технология воздействия: опора на эмоциональный настрой, учет контраргументации и критической позиции собеседника, эмоциональное отношение к предмету общения, комплименты. Роль этикета в управлении конфликтами. Техники разрешения конфликтов

Деятельность журналиста в социальных сетях. Проблема личностного позиционирования в социальных сетях.

Личностное позиционирование индивида в информационной среде. Имидж: стихийный и управляемый. Активные пользователи социальных сетей. Общение и самопозиционирование как цели пребывания в сети.

4.3. Лекции

№ п/п	Наименование темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1 курс (1 семестр)			
Тема 1.	Роль медиакоммуникационных революций в обществе	2	
Тема 2.	Медиапространство как среда реализации медиакоммуникации	2	
Тема 3.	Проблемы человека и культуры в современном информационном обществе	2	
Тема 4.	Теории влияния массмедиа в рамках концепции массового общества	2	
Тема 5.	Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния	2	
Итого:		10	

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Наименование темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1 курс (1 семестр)			
Тема 1.	Медиапространство как среда реализации медиакоммуникации	2	
Тема 2.	Медиаатизация общества: проблемы и последствия.	2	
Тема 3.	Проблемы человека и культуры в современном информационном обществе	2	
Тема 4.	Теории влияния массмедиа в рамках концепции массового общества	2	
Тема 5.	Медиаатранзит как основной механизм коммуникационной кампании в медиапространстве	2	
Тема 6.	Психологические приемы управления коммуникацией	2	

	посредством личного влияния		
Тема 7.	Деятельность журналиста в социальных сетях. Проблема личностного позиционирования в социальных сетях	2	
Итого:		14	

4.5.Лабораторные работы не предусмотрены.

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название раздела/темы	Вид самостоятельной работы	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма (Журналистика)
1	Медиапространство как среда реализации медиакommunikации	Устный опрос	6	
2	Медиатизация общества: проблемы и последствия.	Практические задания	6	
3	Проблемы человека и культуры в современном информационном обществе	Анализ медиатекстов в СМИ	6	
4	Теории влияния массмедиа в рамках концепции массового общества	Устный опрос	6	
5	Медиатранзит как основной механизм коммуникационной кампании в медиапространстве	Устный опрос, практическое задание	6	
6	Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния	Анализ языковых и риторических приемов, используемых в СМИ	8	
7	Деятельность журналиста в социальных сетях. Проблема личностного позиционирования в социальных сетях	Подготовка и проведение учебных дискуссий, тестирование	6	
Итого:			44	

4.7. Курсовые работы не предусмотрены.

5. Методическое обеспечение, образовательные технологии

В процессе преподавания дисциплины используются следующие виды образовательных технологий:

- самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием *Internet*-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной учебной и научной литературы;
- дискуссия как способ закрепления теоретического материала и формирования четко осознаваемой собственной точки зрения; работа в малых группах (подготовка и анализ докладов);
- выступление, доклад-презентация – исследование, интерпретация, демонстрация и анализа материала по выбранной проблематике с последующим анализом, дискуссией, оппонированием, и оценкой.

Студенты ориентированы на индивидуальное интеллектуальное и творческое развитие. Также выступает как одна из форм групповой, командной работы по единой

проблеме и одинаковым вопросам; различным проблемам; общей проблеме, но различным ее аспектам. Направлены на фиксацию, рецензирование, систематизацию, демонстрацию фактического материала и составление суждения с последующим обсуждением в группе.

Самостоятельная работа студентов по курсу «Основы теории медиакommunikации» играет важную роль в профессиональной деятельности специалиста издательского дела. Она предполагает:

- работу с разнообразными источниками информации;
- подготовка к дискуссиям;
- работа индивидуально и в малых группах;
- написание докладов по обсуждаемым на лекциях и практических занятиях темам;
- сбор различного рода информации;
- подготовка конспектов.
- обсуждение докладов.

Опережающая СРС как форма углубленного изучения и закрепления знаний, а также развитие практических умений, заключающаяся в работе студентов с лекционным материалом, поиск и анализ литературы и электронных источников информации по заданной проблеме и выбранной теме зачетного реферата, выполнении домашних заданий, изучении тем, вынесенных на самостоятельную проработку, подготовке к итоговому контролю.

6. Формы контроля освоения учебной дисциплины

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Основы теории медиакommunikации» производится в дискретные временные интервалы в следующих формах: опрос, тестирование, контрольная самостоятельная работа. На критерии оценки также влияют результаты выполнения практических заданий, тестов, итоги выполнения заданий для самостоятельной работы. Это позволяет создать объективную картину освоения студентами дисциплины и учитывается на зачете.

Итоговый контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме письменного зачета, включает в себя ответ на теоретические вопросы и выполнение практических заданий.

Система оценивания учебных достижений студентов, оценочные средства представлены в фонде оценочных средств к рабочей программе учебной дисциплины (приложении).

Система оценивания учебных достижений студентов очной формы обучения

Вид учебной работы	Количество баллов
Ответы на практических занятиях	7*6 б=42
Самостоятельная работа	23
Зачет	35
Всего за год:	100

Система оценивания учебных достижений студентов заочной формы обучения

Вид учебной работы	Количество баллов
Ответы на практических занятиях	2*25 б=50
Контрольная итоговая работа	20
Зачет	30
Всего за год:	100

Накопительная система оценивания по 100-бальной шкале

четырёхбалльная система оценивания экзамена	100- балльная система	Буквенная шкала, соответствующая 100-бальной шкале	Система оцени- вания заче- та
Отлично	90–100	A – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	83–89	B – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75–82	C – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетво- рительно	63–74	D – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетво- рительно	50–62	E – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетво- рительно	21–49	FX – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетво- рительно	0–20	F – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо	

		значимому повышению качества выполнения учебных заданий	
--	--	---	--

7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2010.
2. Беспалова А.Г. История мировой журналистики / А.Г. Беспалова, Е.А. Корнилов, Ю.В. Лучинский, А.И. Станько. – М.-Ростов н/Дон: МаРТ, 2004. – 432 с.
3. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. / Н.Н. Богомолова. – М.: Аспект Пресс, 2010.

б) дополнительная литература

1. Короченский А.П. Гибридизация медиатекстов как тенденция современных СМК // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации. Материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Ростов н/Д: ФГБОУ ВПО РГУПС, 2014. – С. 24-28.
2. Лазар М.Т. Коммуникация в современной науке: социологические и этические аспекты / М.Т. Лазар // Уч.записки. – Наука – № 18. – С.239-244.
3. Москвин В.П. Риторика и теория коммуникации: виды, стили и тактики речевого общения / В.П. Москвин. – М.: ЛИБРОКОМ, 2015. – 218 с.
4. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество / М.М. Назаров. – М.: УРСС, 2010.
5. Кравченко Н.П. Социальные сети как средство информационного управления // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации. Материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Ростов н/Д: ФГБОУ ВПО РГУПС, 2014. – С. 29–33.
4. Вартанова Е.Л. Саморегуляция в информационном обществе // Вестник Моск. гос. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2006. № 3. С. 8–19;
5. Виноградова С.М. Психология массовой коммуникации. / С.М. Виноградов. – М.: Юрайт, 2014.
6. Гендерные аспекты коммуникаций на примере образовательных практик // Образовательные технологии и общество. – 2008. Т. 11. – № 2. – С. 388–411.
7. Горошко Е.И. Гендер и блоггика Интернета (психолингвистический анализ) // Вопросы психолингвистики. – 2007. – № 5. – С. 53–61
8. Засурский И. Масс-медиа второй республики. / И. Засурский. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 272 с.,
9. Евдокимов В.А. Массмедиа в социокультурном пространстве: учебное пособие. / В.А. Евдокимов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014.
10. Павлова О.А. Основы медиакоммуникаций: учебно-методическое пособие / О.А. Павлова. – Краснодар: КСЭИ, 2015. – 72с.

в) Интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.
2. Российское образование: федеральный образовательный портал. – Режим доступа: <http://www.edu.ru>.
4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: <https://cyberleninka.ru>.
4. Справочная система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
5. Электронная библиотечная система «Консультант студента» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудиторное оснащение: лекционная аудитория, рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером, рабочие места студентов, канцелярское оснащение учебного процесса.

Лекционные занятия: мультимедийная аудитория: компьютер мультимедиа с прикладным программным обеспечением: проектор, колонки, программа для просмотра видео файлов, система видеомонтажа, интерактивная доска, электронные презентации по темам дисциплины.

Практические занятия: компьютерный класс, презентационная техника (компьютер, проектор, экран).

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение: программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Google», «Chrome»); программы, демонстрации видеоматериалов (например, проигрыватель «WindowsMediaPlayer»); программы для демонстрации и создания презентаций (например, «MicrosoftPowerPoint»).

Преподавание дисциплины предусматривает доступ обучающихся к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде университета, которая обеспечивает возможность доступа обучающихся к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

9. Лист дополнений и изменений

[illegible]