


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

**УТВЕРЖДЕНО**

решением Ученого совета УлГУ  
от «29» августа 2023 г., протокол №1 /327

Ректор УлГУ

Б.М. Костишко  
«29» августа 2023 г.



### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

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

Направление 37.03.01 Психология  
*код направления (специальности), полное наименование*

Профиль: социально-психологический  
*полное наименование*

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

Дата введения в учебный процесс УлГУ: **«01» сентября 2022 г.**


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

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


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

Сведения о разработчиках:

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

<b>СОГЛАСОВАНО</b>
Заведующий кафедрой журналистики, филологии, документоведения и библиотековедения
 / <u>Р.Самарцев</u> / «29»_08_2023 ____ г.

<b>СОГЛАСОВАНО</b>
Заведующий кафедрой психологии и педагогики
 <u>С.Н.Митин</u> «29» августа 2023 г.

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

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цели освоения дисциплины:** сформировать у студентов гуманитарного образовательного профиля комплексные представления о 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» относится к обязательной части учебного плана по программе бакалавриата «Психология».

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

Иностранный язык  
 Русский язык и культура речи  
 История  
 Межкультурные коммуникации  
 Философия  
 Психология и педагогика

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

Обучение служением,  
 Профессиональный электив. Имиджеология,

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

История психологии,  
Культура повседневности / Культурология,  
а так же для подготовки и сдачи государственного экзамена

### 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
<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИД-1 ук4 <b>Знать:</b> принципы и методы деловой коммуникации в устной и письменной форме. ИД-2 ук4 <b>Уметь:</b> анализировать и формулировать актуальные проблемы общества, выявлять главные (ключевые) аспекты проблемы, использовать многообразие языковых методов выражения смыслов и идей, использовать методы психологии коммуникативного взаимодействия. ИД-1 ук4 <b>Владеть:</b> навыками устной и письменной речи, лексикой и стилистикой родного (иностранного) языка. Навыками построения эффективного взаимодействия с аудиторией.
<b>УК-5</b> Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИД-1 ук5 <b>Знать:</b> закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте. ИД-2 ук5 <b>Уметь:</b> понимать и воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. ИД-3 ук5 <b>Владеть:</b> знаниями и навыками практического применения принципов межкультурного разнообразия общества для формирования форм межкультурной коммуникации и освещения соответствующих тем в деятельности журналиста.

### 4.ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

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


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

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения – очная)	
	Всего по	в т.ч. по семестрам

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

	плану	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 (устный или письменный)	-	-	-	тестирование, опрос (устный или письменный)
Курсовая работа	-	-	-	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	-	-	-	зачет
<b>Всего часов по дисциплине</b>	<b>72</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>72</b>

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения – очно-заочная)				
	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	16	-	-	-	16/16*
Аудиторные занятия:					
• лекции	8	-	-	-	8/8*
• семинары и практические занятия	8	-	-	-	8/8*
• лабораторные работы, практикумы	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа	56	-	-	-	56
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	тестирование, опрос (устный или письменный)	-	-	-	тестирование, опрос (устный или письменный)
Курсовая работа	-	-	-	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	-	-	-	зачет

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


<b>Всего часов по дисциплине</b>	<b>72</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>72</b>
----------------------------------	-----------	----------	----------	----------	-----------

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

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

Форма обучения – очная


Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		лекции	практические занятия, семинары	лабораторные работы, практикумы			
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакommunikаций.	8	2	2	-	-	4	Опрос (устный / письменный)
Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.	8	2	2	-	-	4	Опрос (устный / письменный)
Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы.	8	2	2	-	-	4	Опрос (устный / письменный)
Тема 4. Экономика массовых коммуникаций.	8	2	2	-	-	4	Тестирование
Тема 5. Этико-правовые основы производства массовой информации.	10	2	2	-	-	6	Опрос (устный / письменный), тестирование
Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика.	10	2	2	-	-	6	Опрос (устный / письменный)
Тема 7. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории.	10	2	2	-	-	6	Опрос (устный / письменный)

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

Тема 8. Медиаинформационная грамотность.	10	2	2	-	-	6	Опрос (устный / письменный), дискуссия
<b>ИТОГО:</b>	<b>72</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>40</b>	

Форма обучения – очно-заочная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		лекции	практические занятия, семинары	лабораторные работы, практикумы			
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций.	8	1	1	-	-	6	Опрос (устный / письменный)
Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.	8	1	1	-	-	6	Опрос (устный / письменный)
Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы.	8	1	1	-	-	6	Опрос (устный / письменный)
Тема 4. Экономика массовых коммуникаций.	8	1	1	-	-	6	Тестирование
Тема 5. Этико-правовые основы производства массовой информации.	10	1	1	-	-	8	Опрос (устный / письменный), тестирование
Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика.	10	1	1	-	-	8	Опрос (устный / письменный)
Тема 7. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории.	10	1	1	-	-	8	Опрос (устный / письменный)
Тема 8. Медиаинформационная грамотность.	10	1	1	-	-	8	Опрос (устный / письменный), дискуссия
<b>ИТОГО:</b>	<b>72</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>56</b>	

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

## 5.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

#### *Содержание темы:*

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

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

#### *Содержание темы:*

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

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

#### *Содержание темы:*

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

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

#### *Содержание темы:*

Ресурсы информационного производства. Организация дистрибуции массово-информационного контента.

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


#### *Содержание темы:*

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

### **Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика.**

#### *Содержание темы:*

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

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

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

*Содержание темы:*

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

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

### **Тема 8. Медиаинформационная грамотность.**

*Содержание темы:*

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

## **6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

**Тестовые задания.**


**Ниже приводятся примерные варианты тестовых заданий.**

### **ТЕСТ № 1**

#### **по теме № 4: «Экономика массовых коммуникаций»**

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



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

## ТЕСТ № 2


### по теме № 5: «Этико-правовые основы производства массовой информации»

1. Может ли служить основанием для признания или непризнания человека журналистом отсутствие у него специального образования, стажа работы по специальности, членства в профессиональном союзе, гражданства и других персональных и социальных характеристик?
  - a. да;
  - b. нет.
2. Что представляет собой информация, отнесенная к разряду конфиденциальной?
  - a. общеизвестные сведения, доступ к которым и распоряжение которыми исключают необходимость получать чье-либо разрешение или приводить дополнительные доказательства их подлинности, правдивости;
  - b. особо охраняемые сведения в области военной, внешнеполитической, внешнеэкономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности государства, распространение которых может нанести ущерб его безопасности;
  - c. сведения, доступ к которым ограничен в целях соблюдения прав и законных интересов лиц, являющихся их владельцами, источниками или субъектами.
3. Что из перечисленного ниже, на Ваш взгляд, может подробно охарактеризовать основную цель и смысл проведения процедуры аккредитации?
  - a. признание права журналиста на сбор и обработку информации о деятельности различных органов и организаций;
  - b. выдача журналисту разрешения посетить мероприятие;
  - c. проверка и подтверждение документов журналиста и предоставление ему на их основе права осуществлять профессиональную деятельность в ходе конкретного мероприятия;
  - d. идентификация журналистов на мероприятии;
  - e. допуск на мероприятие именно журналистов и «отсеивание» случайных лиц, не являющихся журналистами, но стремящихся попасть на мероприятие.
4. Право редакций СМИ на предоставление необходимых им сведений о деятельности государственных органов, организаций, предприятий, общественных объединений реализуется в возможности получения со стороны указанных инстанций и их должностных лиц ответа
  - a. по результатам проведенного эксперимента;
  - b. на запрос информации;
  - c. по результатам мониторинга и анкетирования;
  - d. на рассылку справочных и статистических материалов.
5. Государственные органы и общественные объединения не обязаны предоставлять по запросам журналистов или редакций сведения, для подготовки которых требуется
  - a. проведение пресс-конференций;
  - b. рассылка справочных материалов;
  - c. предварительная обработка имеющейся или получение дополнительной информации;
  - d. производство каких-либо исследований.

**Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакommunikаций** (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).

*Вопросы к теме:*

- 1) Как трактуется понятие «коммуникация» в современном научном знании?
- 2) Перечислите основные функции коммуникации.

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

- 3) Опишите функциональную модель коммуникации.
- 4) Какую роль играет информация в коммуникации?
- 5) При соблюдении каких условий потенциальная информация способна перейти в категорию принятой?
- 6) Определите сущность субстанциональных, функциональных и атрибутивных концепций информации.
- 7) Что Вы понимаете под коммуникативным пространством? И почему медиaprостранство выступает в качестве среды реализации медиакоммуникаций?
- 8) При каких условиях коммуникация может быть действительно эффективной и результативной?

**Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни** (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).


*Вопросы к теме:*

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

**Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы** (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).

*Вопросы к теме:*

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

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

информации (новостные агрегаторы, блоги, социальные сети)?

**Тема 5. Этико-правовые основы производства массовой информации** (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).

*Вопросы к теме:*

- 1) В чем выражается право общества знать правду? И какие обязанности возникают у журналиста в связи с необходимостью производить качественный контент и своевременно информировать аудиторию?
- 2) Назовите основные этические запреты в работе журналиста над образом персонажа своего произведения. Какие методы сбора информации о человеке считаются незаконными и неэтичными?
- 3) Разделяете ли Вы тезис о том, что важной профессиональной задачей журналиста является четко разводить факты от мнений и подвергать сомнению все сведения, поступающие от третьих лиц?
- 4) Почему в текущих социокультурных и экономических условиях столь актуально говорить о профессиональных стандартах поведения журналистов?
- 5) Какие способы защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан и организаций предусмотрены в сфере массовой информации?
- 6) Что представляет собой опровержение сведений? На кого ложится обязанность публикации опровержений?
- 7) За какие противоправные деяния в сфере нарушения неприкосновенности частной жизни наступает ответственность?
- 8) Обязан ли журналист получать согласие на распространение в СМИ сведений о личной жизни гражданина от самого гражданина?

**Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика** (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).


*Вопросы к теме:*

- 1) Назовите основные группы пользователей медиаметрической информации.
- 2) Объясните, почему сведения об информационном поведении аудитории являются объектами интереса этих общественных институтов, профессиональных групп.
- 3) Согласны ли Вы с тезисом о том, что на рынке медиаиндустрии именно потребитель осуществляет конечный выбор информационного источника?
- 4) На основании анализа каких мониторинговых данных руководство редакций СМИ способно выстраивать грамотную вещательную политику?
- 5) Что представляет собой медиапланирование как сфера применения рейтингов?

**Тема 7. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории** (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).

*Вопросы к теме:*

- 1) Что представляет собой субъект медиапотребления как идентифицируемая личность с уникальными информационными запросами?
- 2) Назовите известные Вам модели медиапотребления.
- 3) Как называется модель потребления медиаконтента в режиме реального времени, в соответствии с расписанием и «сеткой вещания»?
- 4) Перечислите площадки «нелинейного» медиапотребления.
- 5) Как трансформируются модели медиапотребления в системе социальных медиа?

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

- 6) Каковы причины трансформации структуры медиапотребления: форм получения, обмена и передачи контента?
- 7) Как реализуется практика использования аудиторией нескольких технологических устройств?
- 8) Что представляет собой явление «сдвоенного экрана»?
- 9) Что такое UGC? И почему потребитель в современных условиях может выступать в качестве производителя контента?

**Тема 8. Медиаинформационная грамотность** (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).

*Вопросы к теме:*

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

## 7.ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ


Данный вид работы не предусмотрен УП.

## 8.ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

## 9.ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Понятие «коммуникация» в современном научном знании.
2. Функции коммуникации.
3. Информация в коммуникации. Потенциальная и принятая информация.
4. Субстанциональные, функциональные и атрибутивные концепции информации.
5. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций.
6. Коммуникация как субъект-субъектное взаимодействие. Коммуникатор, информатор, реципиент как участники массово-информационного взаимодействия.
7. Обмен в коммуникации как обмен сообщениями. Обратная связь в коммуникативных взаимодействиях.
8. Массовая информация, массовая коммуникация, средства массовой коммуникации, масс-медиа, средства массовой информации: соотношение понятий.


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


9. Событие, ситуация и личность как предметы отображения в журналистике. Эффективность и действенность масс-медиа.
10. Традиционные и новые медиа.
11. Ведущие поисковые информационные системы.
12. Развитие альтернативных источников сетевой информации: новостных агрегаторов, блогов, социальных сетей.
13. Ресурсы информационного производства. Организация дистрибуции массово-информационного контента.
14. Базовые принципы работы с информацией. Получение и использование сведений в массово-информационных целях: границы допустимого.
15. Охрана интеллектуальной собственности в сфере информации.
16. Аудитория как объект и субъект 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.

## 10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

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"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному);</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	4	Опрос (устный / письменный)
Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> </ul>	4	Опрос (устный / письменный)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма		
Ф – Рабочая программа дисциплины				
жизни.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному);</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>			
Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному);</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	4	Опрос (устный / письменный)	
Тема 4. Экономика массовых коммуникаций.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	4	Тестирование	
Тема 5. Этико-правовые основы производства массовой информации.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному);</li> <li>• Подготовка к тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	6	Опрос (устный / письменный), тестирование	
Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному);</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	6	Опрос (устный / письменный), практическая работа	
Тема 7. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному);</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	6	Опрос (устный / письменный)	
Тема 8. Медиаинформационная грамотность.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному);</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	6	Опрос (устный / письменный), дискуссия	

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


Форма обучения – очно-заочная.

<b>Название разделов и тем</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b> <i>(проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)</i>	<b>Объем в часах</b>	<b>Форма контроля</b> <i>(проверка решения задач, реферата и др.)</i>
Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному);</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	6	Опрос (устный / письменный)
Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному);</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	6	Опрос (устный / письменный)
Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному);</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	6	Опрос (устный / письменный)
Тема 4. Экономика массовых коммуникаций.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	6	Тестирование
Тема 5. Этико-правовые основы производства массовой информации.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному / письменному);</li> <li>• Подготовка к тестированию;</li> <li>• Подготовка к сдаче зачета.</li> </ul>	8	Опрос (устный / письменный), тестирование
Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;</li> <li>• Подготовка к опросу (устному /</li> </ul>	8	Опрос (устный / письменный), практическая работа

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

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



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. Головлева, Е. Л. Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие / Головлева Е. Л. - Москва : Академический Проект, 2020. - 250 с. (Высшее образование) - ISBN 978-5-8291-2675-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829126759.html>

2. Набокова Л.С. Теория и практика массовой информации : Учебное пособие / Набокова Лариса Семеновна, Ноздренко Елена Анатольевна. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2016. - 242 с. - ВО - Бакалавриат. - Режим доступа: : <https://znanium.com/catalog/document?id=328583>

3. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014. — 184 с. — ISBN 978-5-7996-1360-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/68440.html>

#### дополнительная:

1. Кульназарова, А. В. Теория и практика медиакоммуникаций : учебно-методическое пособие / А. В. Кульназарова. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. — 44 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180285>

2. Кириллова, Н. Б. Медиасреда российской модернизации / Кириллова Н. Б. - Москва : Академический Проект, 2020. - 400 с. ("Технологии культуры") - ISBN 978-5-8291-2681-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829126810.html>

3. Жилавская, И. В. Медиаобразование молодежи : монография / И. В. Жилавская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : МПГУ, 2018. — 214 с. — ISBN 978-5-4263-0611-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/122314>

#### учебно-методическая литература:


1. Игнатъева 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 / О. В. Игнатъева. - Ульяновск : УлГУ, 2022. - 14 с. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/13373>

Согласовано:

Главный библиограф Ефимова М.А. / Еф / 25 05.2023

### б) Программное обеспечение

1. СПС Консультант Плюс
2. Система «Антиплагиат.ВУЗ»
3. ОС Microsoft Windows
4. Microsoft Office 2016
5. «МойОфис стандартный»

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

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

### 1. Электронно-библиотечные системы:

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

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

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

1.4. 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.

1.7. 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 / Щуренко Ю.В. / И.И.И. / 25.05.2023  
Должность сотрудника УИГТ ФИО Подпись дата

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

## 12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Для проведения занятий используется следующее материально-техническое обеспечение:

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

Аудитории для проведения лекций и практических занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

## 13 СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

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

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

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

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

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

**Разработчик**

  
(подпись)

**доцент**

(должность)

**О.В. Игнатьева**

(ФИО)