Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
д.э.н., доц. Бубнов В.А

_____

25.06.2021г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.О.15. Основы теории массовой коммуникации

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль): Международная журналистика
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная, заочная

	Очная ФО	Заочная ФО
Курс	3	3
Семестр	32	32
Лекции (час)	36	16
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	36	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	108	164
Курсовая работа (час)		
Всего часов	180	180
Зачет (семестр)		
Экзамен (семестр)	32	32

Иркутск 2021

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 42.03.02 Журналистика.

Автор О.В. Красноярова

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры журналистики и маркетинговых технологий

Заведующий кафедрой И.Н. Демина

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022
Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2023

1. Цели изучения дисциплины

Целью освоения курса «Основы теории массовой коммуникации» – является формирование базовых знаний, научного и профессионального представления о закономерностях развития массовой коммуникации, о становлении массовой коммуникации и ее современном развитии и трансформации в условиях появления новых электронных медиа; получение знаний и четких представлений об основных закономерностей, тенденциях и механизмах массовой коммуникационной деятельности; изучение основных факторов существования массовой коммуникации, современные концепции, а также исследование массовой коммуникации как – коммуникационной, массово-информационной деятельности; как информационного, коммуникативного процессов; как множественной совокупности текстов, образующих медиареальности.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах	З. Знание тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в СМИ. У. Умение анализировать тенденции развития общественных и государственных институтов для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов Н. Навык анализа проблем развития общественных и государственных институтов.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	З. Знать запросы и потребности общества и аудитории. У. Уметь анализировать запросы и потребности общества и аудитории, уметь отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. Н. Владеть профессиональными навыками необходимыми для удовлетворения запросов и потребностей общества и аудитории в сфере массмедиа
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной	З. Знать эффекты медиавоздействия, последствия профессиональной деятельности У. Уметь анализировать эффекты и последствия профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

ответственности	Н. Владеть навыком анализа эффектов и последствий своей профессиональной деятельности.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Обязательная часть.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Философия", "Основы журналистской деятельности"

Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Социальная журналистика", "Социальное проектирование в СМИ", "Экономика и менеджмент СМИ", "Экономическая журналистика"

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. ед.,180 часов.

Вид учебной работы	Количество часов (очная ФО)	Количество часов (заочная ФО)
Контактная(аудиторная) работа		
Лекции	36	16
Практические (сем, лаб.) занятия	36	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	108	164
Всего часов	180	180

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семе-стр	Лек-ции	Семинар Лаборат. Практич.	Само-стоят. раб.	В интера-ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Определение массовой коммуникации, ее характеристики, функции.	32	2	0	10		
2	Исторические этапы формирования массовой коммуникации.	32	2	0	10		Тест (исторические этапы формирования МК)
3	Проблематика исследований МК. Основные концепции.	32	2	0	20		
4	Структура массовой коммуникации.	32	2	0	14		Творческое задание (анализ

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семе-стр	Лек-ции	Семинар Лаборат. Практич.	Само-стоят. раб.	В интера-ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
							аудитории, информационной политики)
5	Информационные пространство, медиасреда, медиареальность. Информационные угрозы.	32	2	0	50		Эссе (современное информационное пространство)
6	Медиавоздействие. Эффекты массовой коммуникации.	32	6	0	60		Контрольная работа (эффекты медиавоздействия)
	ИТОГО		16		164		

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семе-стр	Лек-ции	Семинар Лаборат. Практич.	Само-стоят. раб.	В интера-ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Определение массовой коммуникации, ее характеристики, функции.	32	4	4	10		Доклад (по теме "Массовая коммуникация, ее характеристики и функции)
2	Исторические этапы формирования массовой коммуникации.	32	4	4	10		Тест (исторические этапы формирования МК)
3	Проблематика исследований МК. Основные концепции.	32	8	8	14		Доклад (проблематика исследований массовой коммуникации)
4	Структура массовой коммуникации.	32	8	6	14		Доклад (структура МК). Творческое задание (анализ аудитории, информационной политики)
5	Информационные пространство, медиасреда, медиареальность. Информационные угрозы.	32	2	4	30		Эссе (современное информационное пространство)
6	Медиавоздействие. Эффекты массовой коммуникации.	32	10	10	30		Контрольная работа (эффекты медиавоздействия)
	ИТОГО		36	36	108		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Понятие массовой коммуникации.	Виды коммуникации – межличностная, групповая, массовая. Социальное значение коммуникации. Понятия массовой коммуникации в философии, социологии и коммуникативистике. Определения массовой коммуникации в разных науках. Основополагающие характеристики массовой коммуникации: публичный характер и открытость массовой коммуникации; ограниченный и контролируемый доступ к средствам передачи; опосредованность контактов передающей и принимающей сторон; ассиметричность (несбалансированность) отношений передающей и принимающей сторон; массовость аудитории и ее гетерогенность; влияние институциональных предписаний на отношения передающей и принимающей сторон.
2	Функции массовой коммуникации.	Функции массовой коммуникации: функция наблюдения за окружающим миром и ключевыми общественными институтами и фиксация происходящего; интерпретация наблюдаемых явлений; функция социализации; рекреативная функция, мобилизационная функция. Понятие дисфункции и дисфункциональные явления массовой коммуникации.
3	Возникновение и развитие массовой коммуникации.	Первый этап – возникновение и развитие института прессы (XVII в. – первая половина XIX в.), информация еще не была массовой. Второй этап (вторая половина XIX в. – начало XX в.) – с возникновением массовой дешевой прессы оформляется институт массовой коммуникации. Третий этап (первые две трети XX в.) – институт массовой коммуникации получает свое развитие благодаря созданию и формированию подсистем СМК, – кроме прессы, активно развиваются радио, кинематограф и телевидение; происходит наращивание информации в обществе.
4	Современная траансформация МК.	Четвертый этап (последняя треть XX века и по сей день) - интерактивные новые электронные медиа, демассификация; важный фактор интерактивного медийного общения. Современная трансформация массовой коммуникации в условиях Интернет.
5	Первые исследования МК.	Первопроходцы в коммуникативистских исследованиях Гарольд Д. Лассвелл, Пол Ф. Лазарсфельд, У. Шрама, У. Липпман, исследования которых обозначили проблемный круг вопросов, касающихся функций масс медиа и влияния на аудиторию, а также положили начало исследованиям структуры массовой коммуникации. Концепция двухступенчатой коммуникации Лазарсфельда.
6	Проблематика исследований МК. Основные концепции.	Теория социального конструирования реальности. Теория «повестки дня». Теория «спирали молчания».

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
7	Маклюэн, его роль в исследовании МК.	Взгляды на развитие массовой коммуникации Г. М. Маклюэна. Исследования Инниса. Новое понимание медиа.
8	Проблематика современных исследований МК.	Постмодернистская критика массовой коммуникации. Развитие теорий современной массовой коммуникации в русле осмысления интерактивности массовой коммуникации и изменения статуса массовой аудитории. Новое научное направление - медиафилософия.
9	Аудитория МК.	Структурные составляющие массовой коммуникации. Массовая аудитория, ее статус, характеристики.
10	Коммуникатор.	Коммуникатор и его функциональное значение, институциональные характеристики.
11	Сообщение.	Сообщение массовой коммуникации, его текстовые универсальные характеристики. Понятие текста, медиатекста.
12	Средство передачи, канал.	Средство массовой коммуникации – универсальные и специфические характеристики. "Сообщение есть медиа".
13	Информационное пространство.	Понятие информации. Характеристики информации. Движение информации. Понятие информационной среды. Понятие информационного пространства.
14	Медиареальность.	Массмедиа. Медиареальность как текстовая реальность. Стереотипы, мифы, идеологемы.
15	Информационные угрозы.	Информационное общество. Критика информационного общества. Информационная безопасность. Классификация угроз информационной безопасности.
16	Медиавоздействие.	Понятие эффекта массовой коммуникации. Эффекты когнитивные, поведенческие, аффективные. Эффекты массовой коммуникации – эффект убеждения, культивации, прайминга, установления приоритетности тем и др.
17	Теории медиавоздействия.	Теории медиавоздействия: 1) теории неограниченного воздействия СМИ, например, теория «магической пули»; 2) теории ограниченного воздействия СМИ – исследования Лазарсфельда, Ховленда, Клаппера, Бандуры.
18	Социально-когнитивная теория.	Значение социально-когнитивной теории для исследований медиавоздействия. Теория «использования и удовлетворения потребностей». Теория информационного дефицита. Современная проблематика исследований медиавоздействия.
19	Информационная война.	Понятие информационной войны. Отличия информационной войны от войны обычной. Виды информационных войн: личностная, корпоративная, глобальная. Понятие информационного оружия. Факторы эффективности информационного воздействия (фактор эквивалентности, социальной среды, тематического доминирования, фактор несоответствия внутренней и внешней коммуникаций, фактор неоднородности аудитории и др.).

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
		Модель информационной войны в военное и мирное время.
20	Пропаганда. Манипуляции СМИ.	Пропаганда как политический инструмент власти. Определение пропаганды в политической науке. Виды пропаганды. Понятие манипуляции. Манипулирование как способ психологического воздействия, управления людьми. Психологическая основа для манипуляции. Три уровня воздействия манипуляций. Масса и толпа. Стереотипы, социально-политические представления, слухи, мифы как способы манипулятивного воздействия. Манипуляция в политическом процессе: субъект манипуляции (характеристики манипулятора-политика, манипулятора-журналиста) и объекта манипуляции (психология жертвы манипуляции). Характерные черты пропагандистской кампании и ее принципы: целенаправленность, систематичность, масштабность, массовость, выдвижение негативных мишеней и позитивных целей. Повтор как основной принцип доставки потребителю пропагандистской продукции. Крупнейшие пропагандистские кампании XX века.

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Понятие массовой коммуникации.. проводится в форме практического занятия (коллоквиум, написание эссе).
6	Функции массовой коммуникации. проводится в форме семинарского занятия
2	Возникновение и развитие массовой коммуникации. Современная трансформация МК.. проводится в форме семинарского занятия (коллоквиум)
2	Теория Маклюэна.. проводится в форме семинарского занятия
3	Первые исследования МК.. проводится в форме семинарского занятия
3	Проблематика исследований МК. Основные концепции 20 в.. проводится в форме семинарского занятия (выступление с докладами)
3	Проблематика современных исследований МК.. проводится в форме семинарского занятия
3	Исследование медиаэффектов.. проводится в форме семинарского занятия
4	Структура МК. Коммуникатор.. проводится в форме семинарского занятия (коллоквиум)
4	Структура МК. Аудитория.. проводится в форме семинарского занятия
4	Структура МК. Современные трансформации.. проводится в форме семинарского занятия
5	Информационные пространство, медиасреда, медиареальность.. проводится в форме семинарского занятия
6	Информационная война. Пропаганда. Манипуляции СМИ.. проводится в форме семинарского занятия
6	Медиавоздействие. Понятие эффекта.. проводится в форме семинарского

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	занятия (круглый стол, коллоквиум)
5	"Установление повестки дня".. проводится в форме семинарского занятия
5	Эффект культивации.. проводится в форме семинарского занятия
5	Эффект прайминга.. проводится в форме семинарского занятия
5	Эффект новостей... проводится в форме семинарского занятия

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Определение массовой коммуникации, ее характеристики, функции.	ОПК-2	З.Знание тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в СМИ. У.Умение анализировать тенденции развития общественных и государственных институтов для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов Н.Навык анализа проблем развития общественных и государственных институтов.	Доклад (по теме "Массовая коммуникация, ее характеристики и функции)	Критерии оценивания: широта и глубина рассмотрения вопроса - 5 баллов; структура, аргументация - 5 баллов; умение формулировать выводы - 5 баллов. (15)
2	2. Исторические этапы формирования массовой коммуникации.	ОПК-2	З.Знание тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в СМИ. У.Умение анализировать тенденции развития общественных и государственных институтов для создания медиатекстов и (или)	Тест (исторические этапы формирования МК)	Критерии оценивания: 1 балл за каждый правильный ответ. (10)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			медиапродуктов Н.Навык анализа проблем развития общественных и государственных институтов.		
3	3. Проблематика исследований МК. Основные концепции.	ОПК-4	З.Знать запросы и потребности общества и аудитории. У.Уметь анализировать запросы и потребности общества и аудитории, уметь отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. Н.Владеть профессиональными навыками необходимыми для удовлетворения запросов и потребностей общества и аудитории в сфере массмедиа	Доклад (проблематика исследований массовой коммуникации)	Критерии оценивания: широта и глубина рассмотрения вопроса - 5 баллов; структура, аргументация - 5 баллов; умение формулировать выводы - 5 баллов. (15)
4	4. Структура массовой коммуникации.	ОПК-4	З.Знать запросы и потребности общества и аудитории. У.Уметь анализировать запросы и потребности общества и аудитории, уметь отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. Н.Владеть профессиональными навыками необходимыми для удовлетворения запросов и потребностей общества и аудитории в сфере массмедиа	Доклад (структура МК)	Критерии оценивания: широта и глубина рассмотрения вопроса - 5 баллов; структура, аргументация - 5 баллов; умение формулировать выводы - 5 баллов. (15)
5		ОПК-7	З.Знать эффекты медиавоздействия,	Творческое задание (анализ аудитории,	Критерии оценивания:

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			последствия профессиональной деятельности У.Уметь анализировать эффекты и последствия профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. Н.Владеть навыком анализа эффектов и последствий своей профессиональной деятельности.	информационной политики)	глубина анализа - 10 баллов; умение делать концептуальные выводы - 5 баллов; умение формулировать проблему - 5 баллов. (10)
6	5. Информационные пространство, медиасреда, медиареальность. Информационные угрозы.	ОПК-7	З.Знать эффекты медиавоздействия, последствия профессиональной деятельности У.Уметь анализировать эффекты и последствия профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. Н.Владеть навыком анализа эффектов и последствий своей профессиональной деятельности.	Эссе (современное информационное пространство)	Критерии оценивания: оригинальность раскрытия темы – 5 баллов; аргументированность – 5 баллов; умение абстрагироваться и делать обобщающие выводы – 5 баллов. (15)
7	6. Медиавоздействие. Эффекты массовой коммуникации.	ОПК-4	З.Знать запросы и потребности общества и аудитории. У.Уметь анализировать запросы и потребности общества и аудитории, уметь отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. Н.Владеть профессиональными навыками	Контрольная работа (эффекты медиавоздействия)	Критерии оценивания: Точность определения и аргументированность – 5 баллов; Широта рассмотрения темы – 5 баллов. (20)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			необходимыми для удовлетворения запросов и потребностей общества и аудитории в сфере массмедиа		
				Итого	**100**

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Экзамен в семестре 32.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: правильный выбор ответа (4 балла за верный ответ).

Компетенция: ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах
Знание: Знание тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в СМИ.
1. Исторические этапы формирования института массовой коммуникации.
2. Какие существуют теории неограниченного воздействия СМИ?
3. Какие существуют теории ограниченного воздействия масс медиа?
4. Первые исследователи массовой коммуникации.
5. Что такое информационное пространство?
Компетенция: ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Знание: Знать запросы и потребности общества и аудитории.
6. Определение массовой коммуникации. Характеристики массовой коммуникации. Функции массовой коммуникации.
7. Теории установления повестки дня.
8. Что лежит в основе социально-когнитивной теории Бандуры?
9. Что такое эффект массовой коммуникации? Классификация эффектов информации.
10. Эффект спирали молчания.
Компетенция: ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
Знание: Знать эффекты медиавоздействия, последствия профессиональной деятельности
11. Теории воздействия аудитории на СМИ. Теории активной аудитории.
12. Эффект культивации.
13. Эффект прайминга.
14. Эффект стереотипизации. Теория Липпмана.
15. Эффект убеждения.

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: компетентное выполнение задания.

Компетенция: ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах
Умение: Умение анализировать тенденции развития общественных и государственных институтов для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов
Задача № 1. Сделайте анализ интернет-портала с точки зрения выполнения им функций МК
Компетенция: ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Умение: Уметь анализировать запросы и потребности общества и аудитории, уметь отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.
Задача № 2. Сделать анализ проблемной ситуации
Компетенция: ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
Умение: Уметь анализировать эффекты и последствия профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.
Задача № 3. Написать эссе

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: компетентное выполнение задания.

Компетенция: ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах
Навык: Навык анализа проблем развития общественных и государственных институтов.
Задание № 1. Провести сравнительный анализ тенденций развития
Компетенция: ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Навык: Владеть профессиональными навыками необходимыми для удовлетворения запросов и потребностей общества и аудитории в сфере массмедиа
Задание № 2. Анализ интернет-СМИ
Компетенция: ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
Навык: Владеть навыком анализа эффектов и последствий своей профессиональной деятельности.
Задание № 3. Анализ эффекта стереотипизации в СМИ

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ

Направление - 42.03.02 Журналистика
Профиль - Международная журналистика
Кафедра журналистики и маркетинговых

УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «БГУ»)

технологий
Дисциплина - Основы теории массовой коммуникации

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Сделать анализ проблемной ситуации (30 баллов).
3. Анализ эффекта стереотипизации в СМИ (30 баллов).

Составитель _____ О.В. Красноярова

Заведующий кафедрой _____ И.Н. Демина

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Маклюэн М. М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. 2-е изд./ М. Маклюэн.- Москва: Академический проект, 2013.-496 с.
2. Романов А. А., Васильев Г. А. Массовые коммуникации. учеб. пособие для вузов. допущено УМО по образованию в обл. коммерции и маркетинга/ А. А. Романов, Г. А. Васильев.- М.: ИНФРА-М, 2011.-235 с.
3. Красноярова О. В. Ольга Валентиновна От массовой к глобальной коммуникации. [монография]/ О. В. Красноярова.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2011.-249 с.
4. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции (3-е издание) [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / Г.П. Бакулев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2016. — 192 с. — 978-5-7567-0795-3. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/56991.html
5. Головлева Е.Л. Теория и практика современной коммуникации [Электронный ресурс] : учебник для вузов / Е.Л. Головлева, Д.А. Горский. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский гуманитарный университет, 2017. — 192 с. — 978-5-906912-92-3. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/74742.html
6. Маркасов М.Ю. Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс / М.Ю. Маркасов. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. — 199 с. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/69562.html
7. Социология и психология массовой коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / . — Электрон. текстовые данные. — Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2014. — 241 с. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/72754.html

б) дополнительная литература:

1. Красноярова О. В. "Масса оф-лайн" и "масса он-лайн"/ О. В. Красноярова// Вопросы теории и практики журналистики
2. Бодрийяр Ж. Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального/ Ж. Бодрийяр.- Москва: Директ-Медиа, 2009.-115 с.
3. Мэскалл Б., Mascull B., Назарова Т. Б. Ключевые слова в средствах массовой информации. Key words in the media. Key words in the media. пособие по английскому языку/ Билл Мэскалл.- М.: АСТ, 2005.-246 с.

4. Красноярова О. В. Коммерциализация СМИ и изменения информационной среды/ О. В. Красноярова// Номер журнала, № 2, С. 106-112, 2006, ч.з 2-202
5. Мельник Г. С. Mass Media: психологические процессы и эффекты/ Г. С. Мельник.- СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1996.-160 с.
6. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. 3-е изд., стер./ М. М. Назаров.- М.: Едиториал УРСС, 2003.-239 с.
7. Назаров М.М. Массовые коммуникации и виртуализация социального пространства в современном обществе/ М.М. Назаров// № 1., С.233-247, 2001, ч.з 2-202
8. Красноярова О. В. Медиа как среда современного человека/ О. В. Красноярова// Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права)
9. Красноярова О. В. Медиареальность в постмодернистской интерпретации/ О. В. Красноярова// Номер журнала, № 4, С. 116-119, 2007, ч.з 2-202
10. Красноярова О. В. Новые медиаплатформы: принципы функционирования и классификация/ О. В. Красноярова// Вопросы теории и практики журналистики
11. Красноярова О. В. Новые термины в теории журналистики и массовой коммуникации: процессы формирования и принципы функционирования/ О. В. Красноярова// Номер журнала, Т. 4, № 3, С. 229-238, 2015, ч.з 2-202
12. Красноярова О. В. Определение массовой коммуникации , ее характеристики и функции/ О. В. Красноярова// Монография (однотомник), Юбилейный год, межвуз сб. науч. ст. и публикаций, посвященных юбилейным датам иркутской журналистики в 2008 году, С. 83-91, Иркутск, 2008
13. Красноярова О. В. Основные аспекты проблемы диалогичности массовой коммуникации/ О. В. Красноярова// Известия ИГЭА
14. Соловьев А. И. Основы информационно-коммуникационной деятельности. [учеб. пособие для вузов]/ А. И. Соловьев.- Минск: БГУ, 2009.-191 с.
15. Эко У. У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию/ У. Эко.- Москва: Директ-Медиа, 2007.-950 с.
16. Красноярова О. В. Путешествуя в пространстве и пребывая в среде/ О. В. Красноярова// Аналитическая роспись, Теоретические и практические проблемы региональной журналистики, сб. науч. тр., С. 16-24, Иркутск, БГУЭП, 2009, , , ,

25. Алексеева М.И. Средства массовой информации России [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2011. — 391 с. — 978-5-7567-0594-2. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8841.html
26. Березин В. М. Сущность и реальность массовой коммуникации: Моногра-фия. М.: Изд-во РУДН, 2002. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text7/62.htm
27. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайант, С. Томпсон. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с. - URL: http://yanko.lib.ru/books/smi/osnovu_vozdeystviya_smi.pdf
28. Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/60028.html
29. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php
30. Маклюэн Г.М. Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего. М.: Академический проект: Фонд «Мир», 2005. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://yanko.lib.ru/books/media/mcluhan=galaktika_gutenberga.pdf
31. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М.: Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. [Электронный ресурс]. – Режим до-ступа: http://yanko.lib.ru/books/media/mcluhan-understanding_media.pdf
32. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культуры тайно воздействуют на ваше сознание. - URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Rashk/index.php
33. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2001. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text5/01.htm

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

– Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: http://bgu.ru/, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет

– Библиотека Evartist «Журналистика», адрес доступа: http://www.evartist.narod.ru/journ.htm. доступ неограниченный

– Библиотека Журналиста, адрес доступа: http://journalism.narod.ru/. доступ неограниченный

– Библиотека Псифактор (библиотека научной литературы по массмедиа, СМИ, пропаганде, философии, психологии массовой коммуникации, журналистики), адрес доступа: http://psyfactor.org/lybr.htm. доступ неограниченный

– Библиотека Славы Янко, адрес доступа: http://yanko.lib.ru/gum.html. доступ неограниченный

– Журнал «Вопросы теории и практики журналистики», адрес доступа: http://jq.isea.ru/. доступ неограниченный

– Интернет-версия журнала «Журналист», адрес доступа: http://journalist-virt.ru. доступ неограниченный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области журналистики.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

• текущие консультации;

• коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренные учебным планом);

• прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

• формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);

• самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;

• написание рефератов, докладов;

• подготовка к семинарам.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

– Adobe Acrobat Reader_11,
– Adobe Flash player,
– MS Office,
– OpenOffice.org,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

– Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
– Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения,
– Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий