

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Теория и практика массовой информации

Авторы: Камоза Т.П.

К. филол. н, доцент Пичугина О.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать способность к применению технологий визуальных и цифровых коммуникаций в сфере создания и распространения массовой информации

План курса:

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем
1	Понятие медиа. Современная медиасистема. Медиапространство.	Массовые коммуникации как часть общей теории коммуникаций. Понятие информации. Понятие медиа. Современная медиасистема и медиапространство Нормативные модели медиа (теории прессы (Сиберт, Петерсон, Шрамм), Макуэйл, альтернативные модели).
2	Виды медиа: печать, ТВ, радио, кино, интернет, книги, аудио.	Печатные СМИ. Телевидение. Радио. Интернет. Понятие журналистской деятельности. Жанры и стили журналистских работ. Влияние интернет-медиа на профессиональную деятельность, социальную сферу, политику, культуру. Актуальное состояние массовых коммуникаций.
3	Медиа в обществе и культуре. Медивоздействие.	Теории массового общества и пропаганды. Структурно-функциональные теории медиа. Теории ограниченного и неограниченного воздействия медиа. Парадигма «ограниченных эффектов» масс-медиа и Колумбийская школа. Теория двухступенчатого потока информации. Лазарсфельд: лидеры мнений и личное влияние. Работы Хоуланда и дискуссия о функциях медиа. Концепция «демократического реализма» У. Липмана, теория «общественного мнения». Липман о функциях масс-медиа. Критические теории медиа- Франкфуртская школа. Теория повестки дня. Фрейминг.
4	Медиаэкологии.	Учение М. Маклюэна о медиа. Основы медиаэкологического подхода к изучению медиа. Н. Постман как основатель медиаэкологической школы. Медиаэкологии сегодня: работы А. Мирошниченко.
5	Журналистика, реклама и PR как форма массовых коммуникаций.	Современное состояние журналистики, PR и рекламы. Отличительные особенности каждого направления. Аудитории. Профессиональные методы воздействия на

		аудиторию.
6	Актуальные вопросы современных массовых коммуникаций.	Новые средства и каналы массовых коммуникаций. Mass self communications и many to many communications. Теория новых медиа. Будущее журналистики и «смерть» газет. Новые роли и функции печати.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля
1. Ведение в медиакоммуникации.	Творческое задание.
2. Краткая история развития СМИ. Новые медиа vs традиционные.	Командная презентация.
3. Медиа в обществе и культуре. Медивоздействие.	Командная презентация. Аналитико-синтетическое задание.
4. Медиаэкологии.	Диспут.
5. Журналистика, Реклама и PR как форма медиакоммуникаций.	Творческое задание. Ролевая игра.
6. Актуальные вопросы современных массовых коммуникаций.	Доклад.

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):
письменной форме, а также подготовка научной статьи; курсовой работы.

в

Основная литература:

1. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть. ЮНИТИ-ДАНА, 2012. <http://www.iprbookshop.ru/15475>
2. Александрова О.В. Язык средств массовой информации. Академический Проект, Альма Матер. 2015. <http://www.iprbookshop.ru/36864>
3. Колосов Ю.М. Массовая информация и международное право. Статут, 2014. <http://www.iprbookshop.ru/29222>