

# **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Б1.О.15 Медиаметрия**

### **Автор(ы):**

Кандидат экономических наук, доцент кафедры государственного регулирования экономики, факультета государственного управления ИОН, Захарова Мария Васильевна

Заведующий кафедрой  
интегрированных  
коммуникаций, к.э.н.

М.В. Захарова

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Диджитал реклама и связи с общественностью»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная

### **Цель освоения дисциплины:**

Сформировать компетенцию в области рекламы и связей с общественностью ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

### **Содержание дисциплины**

Тема 1. Наука как социокультурный феномен. Становление научного знания

Место науки в истории цивилизации. Социокультурная обусловленность развития научного знания. Значение рационализма и эмпиризма в становлении науки Нового времени. Этапы развития, онтологические основания и гносеологические особенности классической, неклассической, постнеклассической науки.

Тема 2. Методология научного исследования. Метод и методология.

Определение понятий: «метод» и «методология». Соотношение понятий «методология» и «метод». Философские «начала» методологии: диалектический метод Сократа и Платона, индуктивный метод Ф. Бекона, рационалистический метод Р.Декарта, антитетический метод Фихте, диалектический метод Г. Гегеля и К.Маркса, феноменологический метод Э. Гуссерля. Взаимосвязь с логикой и другими отраслями научного знания.

Тема 3. Классификация методов научного исследования. Многоуровневая концепция методологического знания

Многоуровневая концепция методологического знания. Основные группы методов научного познания: философские, частно-научные, дисциплинарные, междисциплинарные методы. Роль диалектико-материалистической методологии в современном научном познании. Основные принципы диалектического метода. Место «внерациональных» методов исследования.

Тема 4. Специфика методов социально - гуманитарных наук. О новой парадигме социальной методологии. Объективные основания становления новой методологии социально - гуманитарного познания. Черты новой парадигмы исследования.

Роль общенаучных методов и принципов в социально-гуманитарных исследованиях: наблюдения, этнометодологии, социального эксперимента, биографического, идеографического, монографического методов, сравнительного (компаративистского) метода, проективных и игровых методов, тестирования, социометрии, медиаметрии, иконографии... Объективные основания становления новой методологии социально- гуманитарного познания.

Тема 5. СМИ как объект исследования. СМИ и медиа – различия терминов

Роль СМИ в обществе. Принципы медиации. Медиа – как опосредование коммуникации. Периодичность и направленность на массовую аудиторию – как ключевые факторы отличия СМИ от медиа. Медиапланирование и исследования СМИ. Медиа, культурные продукты и СМИ как объекты исследования. Отличия СМИ и СМК (средства массовой коммуникации). Профессии информации и коммуникации. Нематериальная сущность информации. Материальная сущность коммуникации. Информация как абстрактный контент. Роль языка. Информация и пропаганда. Информационное общество и его определения. Технократические видения будущего СМИ. Галактика Гутенберга и галактика Маклюэна.

Тема 6. Основные научные течения и школы исследования СМИ Компоненты СМИ как предмет исследования

Эмпирико-функционалистский подход к исследованию СМИ Линейные и нелинейные принципы функционирования СМИ. Ранние теории – от математической теории информации к цикличной модели Шрамма. Модель пропаганды Уолтера Липпмана. Теория двухступечатого потока Лазарсфельда. Пятиактантная модель Ласуэлла. Парадигма пользователя СМИ в работах Элиху Каца. Критическая теория Особенности критического подхода. Франкфуртская школа. Взаимоотношения ученых Франкфуртской школы и представителей эмпириков. Работы по индустриализации культуры (Адорно, Хоркхаймер, Беньямин). Поздняя Франкфуртская школа (работы Маркузе). Юрген Хабермас и теория общественной сферы. Структурная лингвистика Парадигма непрозрачности языка. Семиология как наука (Ф. де Соссюр). Мифология и работы Барта. СМИ как дискурс и теория Ван Дейка. Структурная семантика СМИ (Греймас). Тема Коммуникативистика: теоретические концепции и методы В орбите структурализма. Деконструкционизм и «новые акценты».

Тема 7. Техника проведения научных исследований (основные приемы)

Медиаметрия Основные задачи медиаметрии. Область применения, цель и задачи. Техника медиаметрии. Основные методы анализа теорий СМИ Методы исследования различных групп теорий СМИ. Анализ корпуса, этнологические методы, компаративистские методы, методы анализа литературы (классические).

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

**В ходе реализации дисциплины «Медиапланирование» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

при проведении занятий лекционного типа:

занятия лекционного типа не предусматриваются

при проведении занятий семинарского типа:

опросы, диспуты

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:  
домашние задания

**Основная литература:**

1. Шарков Ф.И., Бузин В.Н. Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование. Дашков и К. 2015. URL: <http://www.iprbookshop.ru/14342.html>
2. Бузин В.Н., Бузина Т.С. Медиапланирование. Теория и практика. ЮНИТИ-ДАНА. 2015. URL: <http://www.iprbookshop.ru/52673.html>
3. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть. ЮНИТИ-ДАНА. 2015. URL: <http://www.iprbookshop.ru/52573.html>