

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Методические указания
по выполнению практических работ по дисциплине
«СОВРЕМЕННАЯ МЕДИАИНДУСТРИЯ»

для студентов направления подготовки
42.04.01. Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль)
PR и реклама в системе новых медиа

Ставрополь
2026

Введение

Методические указания к проведению практических занятий студентов по дисциплине «Современная медиаиндустрия» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью, профиль «PR и реклама в системе новых медиа».

К основным видам учебных занятий наряду с лекциями и самостоятельной работой студентов относится практическое занятие, которое направлено на формирование ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6.

Состав и содержание практического занятия определяется его ведущей целью: дать студентам общее представление о движущих силах медиаиндустрии и ее теоретических концепциях, о ее становлении и основных вехах на ее историческом пути, о составных элементах этого сегмента экономики и об основных формах его деятельности, сформировать у студентов представление о принципах функционирования предприятий в медиаотрасли и особенностях управленческой деятельности в этой сфере.

Задачи учебной дисциплины:

- познакомить студентов с основными понятиями медиабизнеса и экономической историей мировых СМИ;
- сформировать у студентов понятие о закономерностях формирования и развития информационного рынка, его аспектах и структуре;
- рассмотреть основные формы организации медиабизнеса;
- изучить понятия виды и особенности конкуренции и концентрации в индустрии СМИ;
- познакомить студентов с особенностями маркетинга СМИ;
- изучить принципы финансового управления на медиапредприятиях;
- определить место и роль рекламы в экономической структуре СМИ;
- познакомить студентов с основами редакционного менеджмента;
- выработать навыки принятия эффективных управленческих решений на основе полученных научных знаний.

Требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения дисциплины «Современная медиаиндустрия» должны быть сформированы следующие компетенции:

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 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.

ИД-2 ОПК-3 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.

ИД-1 ОПК-4 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.

ИД-2 ОПК-4 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

ИД-1 ОПК-6 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.

ИД-2 ОПК-6 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

В процессе практических занятий по дисциплине «Современная медиаиндустрия» студенты выполняют различные задания, работы. Практические работы могут носить репродуктивный, частично – поисковый характер.

Работы, носящие репродуктивный характер, отличаются тем, что при их проведении студенты пользуются подробными инструкциями, в которых указаны: цель работы, пояснения (теория, основные характеристики), оборудование, аппаратура, материалы и их характеристики, порядок выполнения работы, таблицы, выводы (без формулировок), контрольные вопросы, учебная и специальная литература.

Работы, носящие частично-поисковый характер, отличаются тем, что при их проведении студенты не пользуются подробными инструкциями, им не задан порядок выполнения необходимых действий, от студентов требуется самостоятельный подбор необходимого оснащения, выбор способов выполнения работы, инструктивной и справочной литературы.

Работы, носящие поисковый характер, отличаются тем, что студенты должны решить новую для них проблему, опираясь на имеющиеся у них теоретические знания.

Содержание практических занятий является решением разного рода задач, в том числе профессиональных (анализ производственных ситуаций, решение ситуационных производственных задач, выполнение профессиональных функций в деловых играх и т.п.).

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие № 1

Тема: Объём понятия «современные медиасистемы».

Цель: изучить понятия «современные медиасистемы».

Формируемая компетенция: ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6.

Актуальность темы: изучение понятий «современных медиасистем» позволит структурировать и планировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью.

Вопросы для обсуждения:

1. Научный аппарат и его формирование.
2. Задачи исследовательского поиска.
3. Понятие массового пользователя.

Теоретическая часть:

Задачи исследования – это те исследовательские действия, которые необходимо выполнить для достижения поставленной цели, разрешения проблемы и проверки (подтверждения) сформулированной в исследовании гипотезы.

Второй этап предполагает разработку или выбор соответствующей методики, выбор методов исследования, проверку гипотезы, т.е. проведение самого исследования, формулирование выводов, их апробирование и уточнение, обоснование заключительных выводов и практических рекомендаций.

Методика исследования – это совокупность методов, приемов, способов исследования, их субординация и порядок применения, при помощи которых удалось решить поставленные задачи и получить определенные результаты. Ее выбор зависит характера объекта изучения, методологии, цели исследования и общего уровня профессиональной подготовленности студента, позволяющей не только перечислить использованные методы, но организовать их в некую систему. Следует помнить, что нет методики исследования вообще, есть конкретные методики исследования.

Умелое определение содержания каждого структурного элемента методики, их соотношения и есть искусство исследования. Хорошо продуманная методика организует исследование, обеспечивает получение необходимого фактического материала, на основе анализа которого и делаются научные выводы.

При определении научной новизны, которая относится ко всему исследованию в целом, необходимо иметь в виду, что формулировка научной новизны зависит от характера и сущности исследования. В теоретических исследованиях научная новизна определяется внесением нового в теорию и методику исследуемого предмета, в работах, имеющих практическую направленность, научная новизна определяется результатом, который был получен впервые, либо подтвержден, обновлен, уточнен или нашел дальнейшее развитие в ходе решения поставленных в исследованиях задач.

Чаще всего в дипломных работах (в силу объема проводимого исследования) полученный результат носит, прежде всего, практический характер. В этой связи практическая значимость исследования может быть связана либо с полученными в ходе исследования данными, либо – с оригинальностью комбинации ряда применяемых методик, позволяющей решить ту или иную практическую задачу.

Литература

Основная литература:

1. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие /

Н. Б. Кириллова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 186 с. – Библиогр.: с. 168-171. – ISBN 978-5-4499-1563-4 ; То же [Электронный ресурс]. – То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869>

2. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 112 с. – Библиогр.: с. 91-94. – ISBN 978-5-4475-2801-0. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494603>

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А. А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. А. Калмыков ; науч. ред. В. С. Хелемендик. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 97 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов : / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с. : ил. – (Учебники Высшей школы экономики). – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=47175>

3. Шарков, Ф. И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммунологии / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова ; Международная академия коммунологии. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 302 с. : схем., ил., табл. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698476>

Практическое занятие № 2

Тема: Системы обмена и накопления информации.

Цель: изучить систему обмена и накопления информации.

Формируемая компетенция: ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6.

Актуальность темы: изучение системы обмена и накопления информации позволит структурировать и планировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью.

Вопросы для обсуждения:

1. Системы обмена и накопления информации и их связь с современными медиасистемами.
2. Современные системы хранения информации и банки данных, формы периодических изданий, системы цифровых коммуникации (национальные серверы и системы цифровой связи).

Теоретическая часть:

Процесс «Обмен» предполагает передачу данных между всеми процессами ИТ и связан со всеми процедурами на уровне данных. При обмене данными можно выделить три основных типа процедур: *коммутация*, *маршрутизация* (передача данных по каналам связи и организации сети) и *передача*. Так, например, процедура передачи данных реализуется с помощью операций: кодирования-декодирования, модуляции-демодуляции, согласования и усиления сигналов. Операции по организации сети включаются в качестве основных в процедуры коммутации и маршрутизации потоков данных (трафика) в вычислительной сети. Процесс обмена позволяет передавать данные между источником и получателем и используется в процессах получения и отображения информации, а также способствует процессу накопления информации, поступающей из многих источников.

Процесс «Накопление» позволяет преобразовывать информацию, хранящуюся в форме данных, так, что ее удастся длительное время хранить,

постоянно обновляя, и при необходимости оперативно извлекать в заданном объеме и по заданным признакам. Процедуры этого процесса – архивирование, обновление и поиск – состоят в организации хранения (быстрое и неизбыточное накопление данных по заданным признакам и не менее быстрое осуществление их поиска) и актуализации данных (поддержание хранимых данных на уровне, соответствующем информационным потребностям решаемых задач). Актуализация данных осуществляется с помощью операций добавления новых данных, корректировки (изменения значений или элементов структур) данных и их уничтожения.

Процесс «Обработка» включает в себя процедуры логического вывода, организации вычисления и преобразования данных.

Отметим, что процессы «Обработка», «Обмен» и «Накопление» и все входящие в них процедуры работают с данными.

Литература

Основная литература:

3. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. – 2-е изд. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 186 с. – Библиогр.: с. 168-171. – ISBN 978-5-4499-1563-4 ; То же [Электронный ресурс]. – То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869>
4. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 112 с. – Библиогр.: с. 91-94. – ISBN 978-5-4475-2801-0. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494603>

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А. А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. А. Калмыков ; науч. ред. В. С. Хелемендик. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 97 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>
2. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов : / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с. : ил. – (Учебники Высшей школы экономики). – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=47175>
3. Шарков, Ф. И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммунологии / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова ; Международная академия коммунологии. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 302 с. : схем., ил., табл. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698476>

Практическое занятие №3

Тема: Системы анализа современных информационно-общественных отношений.

Цель: изучить концепции анализа информационного общества.

Формируемая компетенция: ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6

Актуальность темы: изучение концепций информационного общества позволит структурировать и планировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью.

Вопросы для обсуждения:

1. Концепции информационного общества.
2. Другие системы анализа современных информационно-общественных отношений.

3. Тенденции развития современной культуры в контексте систем коммуникации.

Теоретическая часть:

Следствием информационных революций и развития информационных технологий явилось информационное общество, формирование которого – общественный процесс, так как именно информация выступает в роли рычага общества. «Возможная цель – предпринять все возможные усилия для утверждения на планете информационного общества, как условия, совершенно необходимого для продолжения *истории*, если угодно, как нового этапа *истории*».

Термин «информационное общество» введен в 1960-х гг. американским экономистом Ф. Махлупом и японскими исследователями Т. Умесао и Ю. Хаяши. Словосочетание *johokashakai* означает общество, в котором коммуникации осуществляются посредством компьютеров (*Thecomputer-mediatedcommunicationsociety*).

Общепринятого определения информационного общества пока не существует. Подходы к его определению можно разделить: 1) на основанный на терминологии («информация» и производные от нее слова); 2) исходящий не столько из терминов, сколько из существа вопроса — значения и роли информации и знаний (при различных их определениях).

Современное общество именуется по-разному: «информационное»; «постиндустриальное»; «постэкономическое»; «экономика знаний»; «общество, основанное на знаниях»; «цифровое»; «информациональное»; «электронная эра»; «сетевое»; «технотронное»; и все это — общество последней трети XX – начала XXI в. Различные концепции, которые стоят за этими определениями и которые насчитывают более полувека, объединяет стремление их сторонников воссоздать внутреннюю логику общественного прогресса. Феномен информационного общества, его экономические, философские, социологические, правовые, социокультурные аспекты анализируются как зарубежными, так и отечественными учеными. Предпосылками работ зарубежных авторов послужило осознание важности сбора, упорядочения и представления для практического использования разных видов информации в условиях быстро развивающегося научно-технического прогресса..

Понятие постиндустриального общества в 1959 г. впервые употребил Д. Белл, профессор Гарвардского университета, для обозначения социума, в котором индустриальный сектор теряет ведущую роль вследствие возрастающей технологизации, а основной производительной силой становится наука. «Любое современное общество живет за счет инноваций и социального контроля за изменениями. Оно пытается предвидеть будущее и осуществлять планирование. Именно изменение в осознании природы инноваций делает решающим теоретическое знание». Знание и информацию американский ученый считает не только эффективным катализатором трансформации постиндустриального общества, но и его стратегическим ресурсом. Книга вызвала всеобщий резонанс и интерес к затронутой в ней проблематике.

Несомненным удобством достоинством теории Белла является ее приверженность идеям социальной эволюции.

Начиная с момента выхода книги Д. Белла в свет появляются многочисленные работы, посвященные осмыслению исторического рубежа, на котором оказалось человечество. Несмотря на разные «подходы, оценки и прогнозы, все исследования выстроены по схеме: возрастающее количество информации и знаний, новые средства связи и компьютеры создали ситуацию, в которой, с одной стороны, есть новые возможности для прогресса, в том числе решения социальных противоречий, а с другой — возникает все больше обостряющихся проблем, которые авторы относят к помехам на пути к новому обществу, или к его неизбежным чертам».

Значительный вклад в развитие теории постиндустриализма внес Э. Тоффлер, который предлагал собственную схему исторического процесса. По его мнению, развитие

науки и техники осуществляется «волнами». В своей книге «Третья волна» (*The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow*, 1980) он выделил в истории цивилизации три «волны»: аграрную (до XVIII в.), индустриальную (до 50-х гг. XX в.) и постиндустриальную (начиная с 1950-х гг.). «Ближайший исторический рубеж так же глубок, как и первая волна изменений, запущенная десять тысяч лет назад путем введения сельского хозяйства», — пишет автор. «Вторая волна изменений была вызвана индустриальной революцией. Мы — дети следующей трансформации, третьей волны», которая обозначилась в результате разворачивающейся информационной революции.

Очень быстро проблема постиндустриального общества становится одной из ведущих в западной политологии. Основной акцент в исследованиях того времени делается в основном на необходимости совершенствования средств получения, обработки и распространения информации и результатах их использования в экономической сфере. Обусловлено это было бурным развитием и конвергенцией информационно-телекоммуникационных технологий, повлекшими за собой революционные изменения на мировом рынке. Гуманитарные аспекты формирования нового общества, в частности социальные проблемы, стали активно изучаться только в результате осознания того, что наблюдаемый качественный скачок в развитии информационных технологий породил новую глобальную социальную революцию, которая не уступает революциям прошлого по силе своего воздействия на человеческое общество.

Концепция «информационного общества» — это разновидность теории постиндустриализма. Рассматривая общественное развитие как «смену стадий», сторонники этой теории связывают его становление с преобладанием «четвертого», информационного сектора экономики, который следует за сельским хозяйством, промышленностью и экономикой услуг. Капитал и труд как основа индустриального общества уступают место информации и знанию в информационном обществе. Влияние информационной технологии на все сферы деятельности приводит к тому, что в информационном обществе классы заменяются социально недифференцированными «информационными сообществами».

Литература

Основная литература:

5. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 186 с. — Библиогр.: с. 168-171. — ISBN 978-5-4499-1563-4 ; То же [Электронный ресурс]. — То же [Электронный ресурс]. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869>

6. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. — 2-е изд., стер. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. — 112 с. — Библиогр.: с. 91-94. — ISBN 978-5-4475-2801-0. ; То же [Электронный ресурс]. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494603>

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А. А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. А. Калмыков ; науч. ред. В. С. Хелемендик. — М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. — 97 с.; То же [Электронный ресурс]. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов : / И. В. Кирия, А. А. Новикова. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. — 424 с. : ил. — (Учебники Высшей школы экономики). — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=47175>

3. Шарков, Ф. И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммунологии / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова ; Международная академия коммунологии. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 302 с. : схем., ил., табл. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698476>

Практическое занятие № 4

Тема: Понятие конвергенции.

Цель: изучить понятие конвергенции.

Формируемая компетенция: ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6.

Актуальность темы: изучение понятия конвергенции позволит структурировать и планировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью.

Вопросы для обсуждения:

1. Современные синтетические СМИК.
2. Облачные технологии.
3. Эффекты сетевого поведения.
4. Феномен пользователя. Анонимность в Интернете. Фрагментарное мышление.
5. Интерактивные ресурсы сетевых ресурсов в действии.

Теоретическая часть:

Определений термина «конвергенция» очень много, часто они сильно отличаются друг от друга. Большое количество разных определений, затрудняющих выработку устоявшегося понимания термина, связано с тем, что эксперты из разных стран, говоря о конвергенции, часто опираются на свой опыт развития данного процесса в конкретной стране и конкретной редакции. Другая проблема, которая тормозит выработку четкого понимания термина, – это наличие ряда понятий («интеграция», «конвергентная журналистика», «мультимедиа» и др.) напрямую связанных с рассматриваемым процессом.

Под культурной конвергенцией понимается также возможность распространять контент по разным медиаплатформам (или кроссмедийность) – следствие развития Интернета, технических достижений в области мобильной связи, появления устройств для чтения электронных книг, газет, журналов. 5. Глобальной конвергенции (имея в виду глобальный контент – доступность любой информации (текстовые материалы, графика, аудиовизуальные материалы) практически в любой точке мира - опять же, на наш взгляд, скорее, следствие технических достижений в области интернет-технологий, развития мобильной связи [25, с.226-227].

Таким образом, конвергенцией часто называют технические достижения в области распространения и хранения информации, которые являются основой для развития процесса медиаконвергенции.

Несмотря на то, что четкого определения термина «конвергенция» в журналистике не выработано, существуют уже достаточно устоявшиеся подходы, к его пониманию.

Группа американских ученых (Л. Дейли (L.Dailey), Л. Демо (L.Demo), М. Спиллман (M. Spillman)) из университета Бол Стэйт (BallStateUniversity) под конвергенцией понимают постепенное наращивание сотрудничества между печатными СМИ, телевидением и, возможно, интернет-порталами. Эта концепция имеет ряд недостатков: не отмечается, что процесс медиаконвергенции напрямую связан с процессом дигитализации; конвергенция воспринимается как линейный процесс; видение процесса конвергенции только как взаимодействие печатных СМИ, телевидения и, возможно, интернет-портала. И, тем не менее, данный подход отражает одну из основных идей конвергенции: переход к совместной работе над

производством контента, однократное производство контента и многократное его тиражирование на разных медиаплатформах. К тому же данная концепция – попытка понять процесс конвергенции в медиаиндустрии именно как процесс, проходящий различные стадии.

В основе понимания конвергенции авторами исследования «Европейская мультимедийная новостная среда» – организационное устройство работы редакции при переходе от одной степени конвергенции к другой. Процесс конвергенции понимается как постепенное увеличение заинтересованности со стороны руководства к внедрению новых технологий, обучению журналистов. Это важное наблюдение европейских авторов, протекание процесса конвергенции в редакции во многом зависит от отношения руководства к нововведениям.

Литература

Основная литература:

7. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. – 2-е изд. – М. : Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 186 с. – Библиогр.: с. 168-171. – ISBN 978-5-4499-1563-4 ; То же [Электронный ресурс]. – То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869>
8. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 112 с. – Библиогр.: с. 91-94. – ISBN 978-5-4475-2801-0. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494603>

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А. А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. А. Калмыков ; науч. ред. В. С. Хелемендик. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 97 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>
2. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов : / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с. : ил. – (Учебники Высшей школы экономики). – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=47175>
3. Шарков, Ф. И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммунологии / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова ; Международная академия коммунологии. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 302 с. : схем., ил., табл. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698476>

Практическое занятие № 5

Тема: Понятие новых медиа.

Цель: изучить понятия новых медиа.

Формируемая компетенция: ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6.

Актуальность темы: изучение понятий новых медиа позволит структурировать и планировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью.

Вопросы для обсуждения:

1. Аудио, видео, изображения и текст как интерактивные технологии.
2. Системы передачи данных и соучастие пользователя в формировании контента новых медиа.
3. Комментарий как жанр.

Теоретическая часть:

К «новым медиа» традиционно относят следующие ресурсы: интернет версии СМИ, интернет-СМИ, интернет-ТВ и интернет-радио, мобильное ТВ, блогосфера, социальные сети, twitter, виртуальные сообщества, виртуальные игры и др. Карякина К.А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента // mediascope.ru: Портал научных исследований СМИ. - 2010. - URL: <http://mediascope.ru/node/524> (дата обращения: 20.03.2013).

Понятие «новые медиа» часто в научной среде выделяется кавычками, чтобы избежать путаницы в определении из-за того, что новизна является относительным параметром. Так, например, телевидение было новым медиа для первой половины 20 века. Однако оно, естественно, не является «новым медиа», если речь не идет об интернет-тв. Попытки описать такое явление, как «новые медиа» начались в конце 20 века, и продолжаются до сих пор. Такие авторы, как Аллан С., Кросби В., Манович Л., Павлик Д. В. в разное время занимались вопросом о «новых медиа».

Одним из первых научных трудов, описывающих явление «новых медиа», стала книга Льва Мановича «Язык новых медиа». Manovich L. *The Language of New Media*. Он задается вопросом о границах «новых медиа»: созданная на компьютере фотография, но напечатанная на бумаге, или созданный фильм с помощью 3D технологии, - будут ли они «новыми медиа»? Манович не хочет останавливаться только на различии в том, с помощью чего произведено, распространено и используется медиа. Он выделяет пять фундаментальных принципов «новых медиа», которые не являются абсолютом, а отражают тенденцию в общем виде: числовое представление, модульность, автоматизация, изменчивость, транскодинг.

Кросби продолжает использовать метафору и говорит, что к существующим медиумам в процессе развития общества добавился третий – небо с воздушными шарами, парaplанами, вертолетами и самолетами. С помощью этих средств человек может попасть в любую часть земли, вне зависимости от того, суша это или вода. Небо покрывает оба первоначальных медиума и существует без достоинств и недостатков суши и воды. Однако этот новый медиум полностью зависит от технологий. Человек умеет ходить и плавать, но не умеет летать без технических средств.

После описания транспортных медиумов Кросби переходит к объяснению коммуникаций. Так же как и *transportation medium* существует только три *communication media*, два из которых существуют давно, а один появился недавно. Первая появившаяся коммуникация названа Кросби интерперсональной, то есть межличностной. К технологиям, которые расширили межличностную коммуникацию, относятся почтовые письма, телефон, электронные письма. Отличительные черты межличностной коммуникации: каждый участник имеет равный контроль над передаваемым содержанием; содержание может быть индивидуализировано с учетом интересов и нужд участников коммуникации. Однако существуют и взаимосвязанные недостатки: так, контроль и индивидуализация содержания превращается в какофонию, когда число участников коммуникации становится больше двух. Из-за этой особенности межличностная коммуникация называется «один к одному» (*one-to-one*).

Второй вид коммуникации – это массовая коммуникация, которая, по мнению Кросби, многими ошибочно связывается с технологиями. Однако массовая коммуникация также предшествует технологиям, что доказывается существованием ораторских речей, глашатаев и пр. Существующие способы массовой коммуникации: ораторское искусство, книги, газеты, радио, телевидение и пр. Эта коммуникация относится к виду «один ко многим» (*one-to-*

many). Массовая коммуникация характеризуется тем, что одно и то же сообщение адресовано всем получателям, а содержание контролирует тот, кто посылает сообщение. Вытекающие недостатки массовой коммуникации – это невозможность индивидуализировать сообщение для каждого получателя, а также невозможность контролировать содержание получателями.

Так каждый должен был выбирать один из двух видов коммуникаций, принимая его достоинства и недостатки, пока не появился третий вид коммуникации (как и небо в случае со средствами передвижения). Появление третьего вида коммуникации было связано с открытием цифровых технологий, Интернета, НТТР и пр. Главными характеристиками новой коммуникации, то есть «новых медиа», можно назвать возможность передачи индивидуализированного контента огромному количеству человек, а также возможность каждого участника контролировать процесс коммуникации. Таким образом, мы видим, что «новые медиа» объединили преимущества обоих предшествующих видов коммуникации, и при этом не обладают их недостатками. Однако «новые медиа» существуют только благодаря технологиям, как в случае с небом в предшествующем примере. Новая коммуникация описывается с помощью формулы «многие многим» (many-to-many). Crosbie, V. Whatisnewmedia?

К «новым медиа» можно отнести интернет версии СМИ, интернет-СМИ, интернет-ТВ и интернет-радио, мобильное ТВ, блогосфера, социальные сети, twitter, виртуальные сообщества, виртуальные игры и др. Первыми авторами, которые начали теоретизировать понятие «новые медиа» были Лев Манович и Вин Кросби. Манович выделил пять фундаментальных принципов «новых медиа»: числовое представление, модульность, автоматизация, изменчивость, транскодинг. Кросби «новые медиа» называет третьей моделью коммуникации, объединившей достоинства первых двух - межличностной и массовой коммуникаций.

Литература

Основная литература:

9. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 186 с. – Библиогр.: с. 168-171. – ISBN 978-5-4499-1563-4 ; То же [Электронный ресурс]. – То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869>
10. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 112 с. – Библиогр.: с. 91-94. – ISBN 978-5-4475-2801-0. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494603>

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А. А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. А. Калмыков ; науч. ред. В. С. Хелемендик. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 97 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>
2. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов : / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с. : ил. – (Учебники Высшей школы экономики). – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=47175>
3. Шарков, Ф. И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин ; под общ. ред. Ф. И.

Практическое занятие № 6

Тема: Модели медиасистемы. СМИ и медиапредприятие.

Цель: изучить модели медиасистемы.

Формируемая компетенция:ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6

Актуальность темы: изучение модели медиасистемы позволит структурировать и планировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью.

Вопросы для обсуждения:

1. Социальная и экономическая медиасистемы – СМИ и медиапредприятие.
2. Цели, определяющие целостность медиасистемы, ее единство.
3. Структура медиасистемы.
4. Формирование позитивного имиджа, лояльной аудитории.

Теоретическая часть:

В «Предисловии» к книге её авторы отмечали, что среди их предшественников можно назвать Ф. Сиберта, Т. Петерсона и У. Шрамма как создателей четырёх теорий печати, признавших зависимость медиа от идеологического воздействия на них политических систем, но не учитывавших все возможности влияния медиа на эти системы, так как они «фактически не анализировали эмпирические отношения между медийными и социальными системами». Халлин и Манчини предложили расширить границы и объём сравнительного анализа медийных систем путем «усовершенствования концептуального аппарата», чтобы не довольствоваться изучением одних и тех же объектов и сравнивать их с другими.

Е. Л. Вартанова пишет об отличиях в описании медиасистем у Сиберта, Петерсона и Шрамма и у Халлина и Манчини: «Но все-таки в одном из своих базовых положений Д. Халин и П.Манчини расходятся с авторами «Четырёх теорий прессы»: по их мнению, Сиберт, Шрам, Питерсон слишком однозначно выступают в пользу того, что главная переменная при описании медиасистем – это «система социального контроля», которую СМИ отражают. Не только и не столько система социального контроля, сколько комплекс параметров социально-культурного характера, наложенный поверх общих матриц социального развития, определяет направления и особенности развития СМИ».

После общей характеристики основных концепций и терминов, необходимых для выделения трех моделей медиа и политики, авторы книги переходят к их конкретному сравнительному анализу. Его цель – концептуальное обоснование сходства и различий между этими моделями, выражающихся в том, что в либеральных странах медиа находятся ближе к миру бизнеса и дальше от мира политики. В поляризованных плюралистических системах они относительно прочно объединены с миром политики, тогда как в демократических корпоративистских странах медиа имеют сильные связи с миром политики и экономики, хотя и со значительным сдвигом в сторону от политических связей, особенно в последние годы.

Литература

Основная литература:

11. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие /

Н. Б. Кириллова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 186 с. – Библиогр.: с. 168-171. – ISBN 978-5-4499-1563-4 ; То же [Электронный ресурс]. – То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869>

12. 2. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 112 с. –Библиогр.: с. 91-94. – ISBN 978-5-4475-2801-0. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494603>

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А. А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. А. Калмыков ; науч. ред. В. С. Хелемендик. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 97 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов : / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с. : ил. – (Учебники Высшей школы экономики). – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=47175>

3. Шарков, Ф. И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммунологии / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова ; Международная академия коммунологии. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 302 с. : схем., ил., табл.– URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698476>

Практическое занятие № 7

Тема: Виды стратегий медиасистемы.

Цель: изучить виды стратегий медиасистемы.

Формируемая компетенция: ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6.

Актуальность темы: изучение видов стратегий медиасистемы позволит структурировать и планировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью.

Вопросы для обсуждения:

1. Информационные стратегии. Западная модель информирования.
2. Оценка объективности СМИ.
3. Манипулятивные стратегии. Пропаганда. Виды и способы использования манипулятивных технологий. Классификация манипулятивных уловок.
4. Манипуляция посредством управления информационными потоками.

Теоретическая часть:

Процесс информирования может быть представлен моделью передачи информации: *источник* (элемент ОД) передает информацию в *приемник* – другой элемент ОД, который интерпретирует и использует ее для получения соответствующего результата.

Информация – это пара, образуемая актуальной и систематической составляющей (а с точки зрения обработки – данные и их контекст).обе составляющие до момента восприятия информации могут в принципе существовать независимо друг от друга.

Будем называть *сообщением* (коммуникатом) – физическое состояние некоторого элемента цепи управления, определенным образом отличающееся от других физических состояний в цепи управления.

Поскольку все объекты и процессы, рассматриваемые в рамках задач, связанных с обработкой информации (АИС, систем управления и т. д.) имеют информационную природу, будем называть поперечную цепь *информационной цепью*, а продольную — *кодовой цепью*. Такое уточнение понятий вполне адекватно: как было приведено ранее, для физической передачи информации используются те или иные знаковые системы, и, в частности, – кодирование.

Будем говорить, что неупорядоченная пара сообщений, относящихся к одному и тому же продольному или поперечному множеству сообщений, образует *ассоциацию*.

В этом контексте можно говорить, что пара актуальной и систематической составляющей образует, согласно терминологии, *смысловую ассоциацию*.

Это представление по существу является моделью передачи информации – *информирования*.

Реализация информационного обеспечения посредством *НС* – это по существу есть преобразование информации, содержащейся в источнике, в информацию приемника через цепь промежуточных ассоциаций, связанных соответствующими информационными преобразованиями, что соответствует, например, цепочке *источник информации – информационная система – потребитель информации*.

Информирование – это преобразование информации, содержащейся в цепи оригиналов, в информацию цепи образов. Преобразование понимается как процесс, в результате которого одно сообщение превращается в другое, а ассоциация сообщений – это сообщения, связанные одним преобразованием.

Литература

Основная литература:

13. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 186 с. – Библиогр.: с. 168-171. – ISBN 978-5-4499-1563-4 ; То же [Электронный ресурс]. – То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869>
14. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 112 с. – Библиогр.: с. 91-94. – ISBN 978-5-4475-2801-0. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494603>

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А. А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. А. Калмыков ; науч. ред. В. С. Хелемендик. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 97 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>
2. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов : / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с. : ил. – (Учебники Высшей школы экономики). – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=47175>
3. Шарков, Ф. И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова ; Международная академия коммуникологии. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 302 с. : схем., ил., табл. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698476>

Практическое занятие № 8

Тема: Системы печатных СМИ.

Цель: изучить системы печатных СМИ.

Формируемая компетенция: ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6.

Актуальность темы: изучение системы печатных СМИ позволит структурировать и планировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью.

Вопросы для обсуждения:

1. Печать в 21 веке: поиск новой маркетинговой ниши. Специфика развития периодической печати в России и в странах Европы.
2. Рекламный рынок в печати.

Теоретическая часть:

Система средств массовой информации выстраивается в каждом обществе в ходе формирования журналистики как социального института. При этом внутри отдельных средств массовой информации происходит дифференциация по типам. Итак, печатные средства массовой информации - газеты и журналы. Как уже отмечалось в историческом обзоре, эти средства информации возникли еще в 18 веке. Периодически некоторые исследователи говорят об их близкой «смерти» (сначала с рассветом телевидения, а теперь с жестким вторжением в нашу жизнь Интернета), но газеты и журналы по прежнему популярны в нашем мире, хотя в последние годы их тиражи заметно уменьшаются. В ряде стран применяются различные меры для того, чтобы возратить интерес аудитории к чтению газет. Так в начале 2009 года президент Франции Н. Саркози объявил о том, что государство будет ежегодно расходовать до 6 млн. евро на ежемесячную подписку для 18-летних граждан страны. При этом молодые люди имеют права выписать любую газету – от общенациональной до региональной.

Одно из основных отличий газет и журналов – периодичность выхода. Самые распространенные типы газет ежедневные и еженедельные. Журналы чаще всего выходят один раз в неделю в месяц или в квартал. Как видим, есть еженедельные газеты и журналы. Зачастую они настолько близки, что исследователи говорят о них как об отдельном виде СМИ, но такой подход спорен, так как есть и другие отличительные черты газет и журналов: объем, оформление, наличие обложки, качество печати и т.д.

Газеты (в частности, Российские) не велики по объему (максимум 32 страницы, в США и ряде других стран можно встретить газеты объемом почти в 100 страниц), не имеют обложки, не сброшюрованы (т.е. страницы не скреплены между собой) и отпечатаны преимущественно офсетной печать (кое-где в России используется высокая печать.) Журналы же наоборот имеют объем в 96 и более страниц, у них есть ярко выраженная обложка, они обязательно брошюруются и печатаются также офсетной печати, но на бумаге более высокого качества.

По данным Роспечати на декабрь 2008 г в общей сложности в Российской Федерации было зарегистрировано 51,7 тыс. печатных СМИ, в том числе 27,47 тыс. газет и 20,43 тыс. журналов. Правда примерно 45% практически не издается. Рынок печатных СМИ в России явно перенасыщен, что подрывает финансовую основу изданий, делает большинство из них убыточными. Так в 2004 году в России издавалось 6580 ежедневных газет. Если эти данные точные, то более половина этих ежедневных газет выходит в нашей стране (во всем мире, по данным Всемирной газетной ассоциации в 2007 г издавалось немногим больше 11 тыс. платных ежедневных газет). Для сравнение: В США в 2004 г издавалось 1456 ежедневных газет, в ФРГ в 2006 г- 377, в Японии в 2005г – 107.

Литература

Основная литература:

15. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 186 с. – Библиогр.: с. 168-171. – ISBN 978-5-4499-1563-4 ; То же [Электронный ресурс]. – То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869>

16. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 112 с. – Библиогр.: с. 91-94. – ISBN 978-5-4475-2801-0. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494603>

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А. А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. А. Калмыков ; науч. ред. В. С. Хелемендик. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 97 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов : / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с. : ил. – (Учебники Высшей школы экономики). – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=47175>

3. Шарков, Ф. И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммунологии / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова ; Международная академия коммунологии. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 302 с. : схем., ил., табл. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698476>

Практическое занятие № 9

Тема: Глобальные тенденции развития медиасистем.

Цель: изучить глобальные тенденции развития медиасистем.

Формируемая компетенция: ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6.

Актуальность темы: изучение глобальных тенденций развития медиасистем структурировать и планировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью.

Вопросы для обсуждения:

1. Современные конвергентные СМИ. Анализ наиболее показательных
2. отечественных проектов: «Эхо Москвы», «Подстанция», «Сноб».
3. Пользовательское участие в проектах.
4. Глобальные тенденции развития медиасистем

Теоретическая часть:

Ключевыми тенденциями современного развития медиасферы на фоне обозначенных политэкономических процессов являются: финансиализация медиасектора; слияние экономического и культурного капитала; консолидация дискурсного доминирования капитала в медиапространстве, делающая невозможной ставку в исследованиях массовой коммуникации лишь на «интерсубъективное» общение автора и аудитории, полисемию и генерирование значений; потеря журналистами статуса ключевого субъекта массовой коммуникации; интенсификация медиаимпериализма.

Основные тенденции функционирования мирового медиасектора в социокультурном аспекте можно сформулировать следующим образом: в «иррациональном» постмодернистском информационно-культурном пространстве доминирует рациональный дискурс капитала; технологически-коммуникационное разнообразие современного медиапространства не означает реального дискурсного

плюрализма; неолиберальное коммуникативное поле является очередной стадией борьбы за идеологическую гегемонию, в котором требования неолиберального постмодернистского рынка и децентрализация субъекта предусматривают необходимость большего разнообразия; информационные технологии в контексте неолиберальной глобализации усиливают отчуждение человека от средств массовой коммуникации; информационная глобализация не снимает проблемы транснационального культурного империализма.

Литература

Основная литература:

17. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 186 с. – Библиогр.: с. 168-171. – ISBN 978-5-4499-1563-4 ; То же [Электронный ресурс]. – То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869>

18. 2. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 112 с. – Библиогр.: с. 91-94. – ISBN 978-5-4475-2801-0. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494603>

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А. А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. А. Калмыков ; науч. ред. В. С. Хелемендик. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 97 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов : / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с. : ил. – (Учебники Высшей школы экономики). – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=47175>

3. Шарков, Ф. И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова ; Международная академия коммуникологии. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 302 с. : схем., ил., табл. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698476>

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Методические указания
для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы
по дисциплине
«СОВРЕМЕННАЯ МЕДИАИНДУСТРИЯ»

для студентов направления подготовки
42.04.01. Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль)
PR и реклама в системе новых медиа

Ставрополь
2026

1. Введение

Методические указания по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Современная медиаиндустрия» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью, профиль «PR и реклама в системе новых медиа», «Социальные и политические рекламные коммуникации».

К основным видам учебных занятий наряду с лекциями и практическими занятиями относится самостоятельная работа студентов, которая направлена на формирование ОПК-6.

Состав и содержание самостоятельной работы определяется ее ведущей целью: дать студентам общее представление о движущих силах медиаиндустрии и ее теоретических концепциях, о ее становлении и основных вехах на ее историческом пути, о составных элементах этого сегмента экономики и об основных формах его деятельности, сформировать у студентов представление о принципах функционирования предприятий в медиаотрасли и особенностях управленческой деятельности в этой сфере.

Задачи учебной дисциплины:

- познакомить студентов с основными понятиями медиабизнеса и экономической историей мировых СМИ;
- сформировать у студентов понятие о закономерностях формирования и развития информационного рынка, его аспектах и структуре;
- рассмотреть основные формы организации медиабизнеса;
- изучить понятия виды и особенности конкуренции и концентрации в индустрии СМИ;
- познакомить студентов с особенностями маркетинга СМИ;
- изучить принципы финансового управления на медиапредприятиях;
- определить место и роль рекламы в экономической структуре СМИ;
- познакомить студентов с основами редакционного менеджмента;
- выработать навыки принятия эффективных управленческих решений на основе полученных научных знаний.

Требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения дисциплины «Современная медиаиндустрия» должны быть сформированы следующие компетенции:

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 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.

ИД-2 ОПК-3 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.

ИД-1 ОПК-4 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.

ИД-2 ОПК-4 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

ИД-1 ОПК-6 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.

ИД-2 ОПК-6 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Современная медиаиндустрия»

Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Современная медиаиндустрия».

Самостоятельная работа студентов (СРС) выражает одну из значимых форм образовательного процесса, которая способствует формированию творческой личности специалиста, способного к саморазвитию, самообразованию, инновационной деятельности.

Самостоятельная работа студента содействует развитию умения учиться, формировать у студента способности к саморазвитию, творческому применению полученных знаний, способам адаптации к профессиональной деятельности в современном мире.

Самостоятельная работа студентов - это деятельность, связанная с воспитанием мышления будущего профессионала, всякий вид занятий, создающий условия для зарождения самостоятельной мысли, познавательной активности. Это совокупность всей самостоятельной деятельности студентов как в учебной аудитории, так и вне её, в контакте с преподавателем и в его отсутствии.

Самостоятельная работа реализуется:

- непосредственно в процессе аудиторных занятий - на лекциях, практических и семинарских занятиях;
- в контакте с преподавателем вне рамок расписания - на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.;
- в библиотеке, дома, в общежитии, на кафедре при выполнении студентом учебных и творческих задач.

Самостоятельная работа студентов может осуществляться как в аудитории, так и вне ее, обычно это в основном внеаудиторная деятельность студента. Для активного владения знаниями в процессе аудиторной работы необходимо не только понимание учебного материала, но и творческое его восприятие.

Основные формами реализации самостоятельной работы и контроля знаний являются:

Опорный конспект темы – письменный текст, в котором кратко и последовательно изложено содержание основного источника информации. Конспектировать – значит приводить к некоему порядку сведения, почерпнутые из оригинала. В основе процесса лежит систематизация прочитанного или услышанного. Записи могут делаться как в виде точных выдержек, цитат, так и в форме свободной подачи смысла. Данный вид самостоятельной работы направлен на формирование представлений о культурных различиях народов мира и России.

Проект – данная форма контроля нацелена на формирование знаний основных сведений о народах региона и понимание особенностей становления этносоциальной и этнополитической структуры южнороссийского макрорегиона, умения получать необходимую информацию, грамотно формулировать и выражать свою точку зрения; навыками проектной деятельности.

Коллоквиум – средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования

преподавателя со студентом. Данный вид самостоятельной работы направлен на формирование знаний социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий народов мира и России; принципов работы в полиэтническом и поликонфессиональном социуме.

Собеседование – средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя со студентом на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Данный вид самостоятельной работы направлен на формирование принципов и правил культуры межнационального общения.

Текущий контроль осуществляется в процессе индивидуальных и групповых консультаций, собеседований, в процессе анализа и самоанализа самостоятельной работы.

Технологическая карта самостоятельной работы

Коды реализуемых компетенций	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов
1 семестр				
ОПК-3 ОПК-4 ОПК-6	Подготовка к лекции	Конспект	Собеседование	14
ОПК-3 ОПК-4 ОПК-6	Подготовка к практическому занятию	Отчет	Собеседование	20
ОПК-3 ОПК-4 ОПК-6	Самостоятельное изучение литературы	Конспект	Собеседование	20
Итого за 1 семестр				54
Итого				54

Для выполнения самостоятельной работы необходимо пользоваться литературой, которая предложена в списке рекомендуемой литературы, Интернет-ресурсами или другими источниками по усмотрению студента.

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы студента: конспектирование текста с последующим собеседованием и выполнение письменного задания.

Критерии оценки самостоятельной работы обучающегося

Контроль самостоятельной работы проводится преподавателем в аудитории. Предусмотрены следующие виды контроля: собеседование, оценка презентации. Подробные критерии оценивания компетенций приведены в Фонде оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации.

Методические рекомендации по изучению теоретического материала

Изучение любой темы плана-графика выполнения самостоятельной работы, следует начинать с ознакомления с вопросами плана изучения темы, приведенными в рабочей программе. Затем необходимо обратиться к списку литературы.

Осваивать теорию следует в соответствии с той последовательностью, которая дана в плане-графике выполнения самостоятельной работы.

Важной составляющей самостоятельной подготовки студентов является работа с литературой ко всем формам занятиям и видам работы: практическим, при выполнении контрольных работ, сообщений, проектов, участию в научных конференциях. Умение работать с литературой означает научиться осмысленно пользоваться источниками. Существует несколько методов работы с литературой.

Наиболее эффективным методом является ведение рабочих записей.

Форма записей может быть весьма разнообразной: простой или развернутый план-конспект, опорный конспект, тезисы, цитаты, конспект. Это позволит сделать знания системными, зафиксировать и закрепить их в памяти.

При составлении опорного конспекта следует придерживаться определенных правил:

- один конспект – один лист с опорным сигналом;
- опорные сигналы должны со всей логической стройностью отражать развитие мысли минимальными графическими средствами;
- структурирование опорных сигналов в логические блоки преследует основную цель – упростить процесс запоминания;
- каждый блок – завершенная часть учебного раздела;
- записи на листах позволительно делать во всех направлениях, вплоть до слов перевертышей;
- использование мелких шрифтов и интервалов между блоками психологически упрощает работу с опорными сигналами, т.к. создает ощущение краткости и простоты материала;
- при сокращении слов необходимо избегать возможных двусмысленных толкований этих слов и выражений;
- озвучивание опорных сигналов должно становиться естественным продолжением всех предшествующих форм работы.

Выписки – небольшие фрагменты текста (неполные и полные предложения, отделы, абзацы, а также дословные и близкие к дословной записи об излагаемых в нем фактах), содержащие в себе квинтэссенцию (т.е. самое главное, самое важное, наиболее существенное) содержания прочитанного. Выписки представляют собой более сложную форму записи содержания исходного источника информации. По сути, выписки – не что иное, как цитаты, заимствованные из текста. Выписки позволяют в концентрированной форме и с максимальной точностью воспроизвести в произвольном (чаще последовательном) порядке наиболее важные мысли автора. В отдельных случаях – когда это оправдано с точки зрения продолжения работы над текстом – вполне допустимо заменять цитирование изложением, близким дословному.

Тезисы – сжатое изложение содержания изученного материала в утвердительной (реже опровергающей) форме. Отличие тезисов от обычных выписок состоит в следующем: во-первых, тезисам присуща значительно более высокая степень концентрации материала; во-вторых, в тезисах отмечается преобладание выводов над общими рассуждениями; в-третьих, чаще всего тезисы записываются близко к оригинальному тексту, т.е. без использования прямого цитирования.

Аннотация - краткое изложение основного содержания исходного источника информации, дающее о нем обобщенное представление. К написанию аннотаций прибегают в тех случаях, когда подлинная ценность и пригодность исходного источника информации исполнителю письменной работы окончательно неясна, но в то же время о нем необходимо оставить краткую запись с обобщающей характеристикой. Для указанной цели и используется аннотация.

Резюме - краткая оценка изученного содержания исходного источника информации, полученная, прежде всего, на основе содержащихся в нем выводов. Резюме

весьма сходно по своей сути с аннотацией. Однако, в отличие от последней, текст резюме концентрирует в себе данные не из основного содержания исходного источника информации, а из его заключительной части, прежде всего, выводов. Но, как и в случае с аннотацией, резюме излагается своими словами - выдержки из оригинального текста в нем практически не встречаются.

Конспект – сложная запись содержания исходного текста, включающая в себя заимствования (цитаты) наиболее примечательных мест в сочетании с планом источника, а также сжатый анализ записанного материала и выводы по нему.

Работа с научной литературой – главная составная часть системы самостоятельной учебы студента, которая обеспечивает подлинное усвоение науки, дает прочный научный фундамент под всю будущую профессиональную работу. Понимание научной литературы всегда сложнее, чем учебно-методической. Одного чтения научной книги недостаточно, чтобы понять суть излагаемого. В таких случаях важна помощь преподавателя, который на лекциях, практических занятиях и консультациях формирует в сознании студента основные научные понятия.

Методика изучения научной литературы.

1. Читать научную литературу нужно по принципу: «идея, теория в одном, в другом, в третьем и т. д. источниках». Это значит, что научная идея, изложенная в одном источнике, может быть развита, уточнена, конкретизирована в другом, в третьем может быть подвергнута аргументированной критике, в четвертом вновь подтверждена более доказательно и т. п. И подтверждение, и опровержение научных выводов одинаково полезны для развития науки, а студенту – для понимания этого развития. Изучение проблемы по разным источникам – залог глубокого, подлинно профессионального усвоения науки.

2. Изучение научной литературы, являясь одним из элементов системы самостоятельной работы студентов, должно быть органически связано с другими ее элементами – с изучением лекционного материала, чтением учебника и последующими работами: написанием контрольной работы, сообщения, выполнением проектов.

Для контроля полученных знаний постарайтесь ответить на контрольные вопросы. Для более глубокого понимания изучаемого этнологического аппарата следует воспользоваться общедоступными учебниками, перечень которых приведен в разделе «Основная рекомендуемая литература». Книги раздела «Дополнительная литература» рекомендуются для расширения кругозора в области этнографии.

Методические указания по видам работ

Опорный конспект темы – это развернутая наглядная конструкция темы, содержащая расположенные определенным образом правила, формулы, определения, графики, обозначения единицы измерения и ключевые слова.

Конспект (от лат. *conspectus* — обзор) — письменный текст, в котором кратко и последовательно изложено содержание основного источника информации. Конспектировать — значит приводить к некоему порядку сведения, почерпнутые из оригинала. В основе процесса лежит систематизация прочитанного или услышанного. Записи могут делаться как в виде точных выдержек, цитат, так и в форме свободной подачи смысла. Манера написания конспекта, как правило, близка к стилю первоисточника.

Если конспект составлен правильно, он должен отражать логику и смысловую связь записываемой информации. Им запросто можно воспользоваться через некоторое количество времени, а так же предоставить для применения кому-то еще, поскольку

прочтение грамотно зафиксированных данных никогда не вызовет затруднений. «Умный» конспект помогает воспринимать информацию практически любой сложности, предварительно придавая ей понятный вид.

В процессе учебы или при решении какой-то задачи в общем объеме информации выделяют самое важное и необходимое, таким образом, упрощая овладение материалом. В хорошо сделанных записях можно с легкостью обнаружить специализированную терминологию, понятно растолкованную и четко выделенную для запоминания значений различных слов. Используя законспектированные сведения, легче создавать значимые творческие или научные работы, различные рефераты и статьи.

Виды конспектов

Нужно уметь различать конспекты и правильно использовать ту категорию, которая лучше всего подходит для выполняемой работы.

План-конспект. Такой вид изложения на бумаге создается на основе заранее составленного плана материала, состоит из определенного количества пунктов (с заголовками) и подпунктов. В процессе конспектирования каждый заголовок раскрывается — дополняется коротким текстом, в конечном итоге получается стройный план-конспект. Именно такой вариант больше всего подходит для срочной подготовки к публичному выступлению или семинару. Естественно, чем последовательнее будет план (его пункты должны максимально раскрывать содержание), тем связаннее и полноценнее будет ваш доклад. Специалисты рекомендуют наполнять плановый конспект пометками, в которых будут указаны все используемые вами источники, так как со временем трудно восстановить их по памяти.

Схематический план. Эта разновидность конспекта выглядит так: все пункты плана представлены в виде вопросительных предложений, на которые нужно дать ответ. Изучая материал, вы вносите короткие пометки (2–3 предложения) под каждый пункт вопроса. Такой конспект отражает структуру и внутреннюю взаимосвязь всех сведений и способствует хорошему усвоению информации.

Текстуальный конспект. Подобная форма изложения насыщеннее других и составляется из отрывков и цитат самого источника. К текстуальному конспекту можно легко присоединить план, либо наполнить его различными тезисами и терминами. Он лучше всего подходит тем, кто изучает науку или литературу, где цитаты авторов всегда важны. Однако такой конспект составить непросто. Нужно уметь правильно отделять наиболее значимые цитаты таким образом, чтобы в итоге они дали представление о материале в целом.

Тематический конспект. Такой способ записи информации существенно отличается от других. Суть его — в освещении какого-нибудь определенного вопроса; при этом используется не один источник, а несколько. Содержание каждого материала не отражается, ведь цель не в этом. Тематический конспект помогает лучше других анализировать заданную тему, раскрывать поставленные вопросы и изучать их с разных сторон. Однако будьте готовы к тому, что придется переработать немало литературы для полноты и целостности картины, только в этом случае изложение будет обладать всеми достоинствами.

Свободный. Этот вид конспекта предназначен для тех, кто умеет использовать сразу несколько способов работы с материалом. В нем может содержаться что угодно —

выписки, цитаты, план и множество тезисов. Вам потребуется умение быстро и лаконично излагать собственную мысль, работать с планом, авторскими цитатами. Считается, что подобное фиксирование сведений является наиболее целостным и полновесным. Техника составления конспекта

- Необходимо просмотреть материал, выявить особенности текста, его характер, понять, сложен ли он, содержит ли незнакомые термины;
- Снова прочитать текст и тщательно проанализировать его. Такая работа с материалом даст возможность отделить главное от второстепенного, разделить информацию на составляющие части, расположить ее в нужном порядке.
- Обозначить основные мысли текста, они называются тезисами. Их можно записывать как угодно — цитатами (в случае, если нужно передать авторскую мысль) либо своим собственным способом.

При конспектировании лекций рекомендуется придерживаться следующих основных правил:

- Не начинать записывать материал с первых слов преподавателя, сначала необходимо выслушать его мысль до конца и постараться понять ее.
- Приступать к записи нужно в тот момент, когда преподаватель, заканчивая изложение одной мысли, начинает ее комментировать.
- В конспекте обязательно выделяются отдельные части. Необходимо разграничивать заголовки, подзаголовки, выводы, обособлять одну тему от другой. Выделение можно делать подчеркиванием, другим цветом (только не следует превращать текст в пестрые картинки). Рекомендуется делать отступы для обозначения абзацев и пунктов плана, пробельные строки для отделения одной мысли от другой, нумерацию. Если определения, формулы, правила, законы в тексте можно сделать более заметными, их заключают в рамку.
- Записи нужно создавать с использованием принятых условных обозначений. Конспектируя, обязательно необходимо употреблять разнообразные знаки (их называют сигнальными). Это могут быть указатели и направляющие стрелки, восклицательные и вопросительные знаки, сочетания PS (послесловие) и NB (обратить внимание). Например, слово «следовательно» вы можете обозначить математической стрелкой $\Rightarrow$. Когда выработается свой собственный знаковый набор, создавать конспект, а после и изучать его будет проще и быстрее.
- Не нужно забывать об аббревиатурах (сокращенных словах), знаках равенства и неравенства, больше и меньше.
- • Большую пользу для создания правильного конспекта дают сокращения. Однако знатоки считают, что сокращение типа «д-ть» (думать) и подобные им использовать не следует, так как впоследствии большое количество времени уходит на расшифровку, а ведь чтение конспекта не должно прерываться посторонними действиями и размышлениями. Лучше всего разработать собственную систему сокращений и обозначать ими во всех записях одни и те же слова (и не что иное). Например, сокращение «г-ть» будет всегда и везде словом «говорить», а большая буква «Р» — словом «работа» •
Бесспорно, организовать хороший конспект помогут иностранные слова. Наиболее

применяемые среди них — английские. Например, сокращенное «ок» успешно обозначает слова «отлично», «замечательно», «хорошо».

- Нужно избегать сложных и длинных рассуждений.
- При конспектировании лучше пользоваться повествовательными предложениями, избегать самостоятельных вопросов. Вопросы уместны на полях конспекта.
- Не нужно стараться зафиксировать материал дословно, при этом часто теряется главная мысль, к тому же такую запись трудно вести. Второстепенные слова нужно отбрасывать, без которых главная мысль не теряется.
- Если в лекции встречаются непонятные термины, можно оставить место, а после занятий уточнить их значение у преподавателя.
- Изучив все подробности правильного конспектирования, можно научиться не только легко и результативно трудиться на лекциях или курсах, но стать делать это с удовольствием. Это большое наслаждение — познать те истины, которые доселе казались не-доступными.

При проверке задания, оцениваются:

- владение материалом;
- умение четко и логично излагать свои мысли, творчески подходить к решению основных вопросов темы;
- самостоятельность мышления.

Проект — форма контроля, нацеленная на проверку информационно-коммуникативных компетенций студента.

Творческий проект — это самостоятельная исследовательская работа, в которой автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание творческого проекта должно быть логичным; изложение материала должно носить проблемно-тематический характер; в тексте должна прослеживаться самостоятельная авторская позиция.

Творческий проект стимулирует раскрытие исследовательского потенциала студента, способность к творческому поиску, сотрудничеству, самораскрытию и проявлению возможностей.

Автор творческого проекта должен продемонстрировать уровень достигнутой мировоззренческой, общекультурной компетенции, т.е. продемонстрировать знания о реальном мире, о существующих в нем связях и зависимостях, проблемах, о ведущих мировоззренческих теориях, умении проявлять оценочные знания, изучать теоретические работы, использовать различные методы исследования, применять различные приемы творческой деятельности.

Структура проекта Творческий проект должен состоять из следующих частей: введение, первая часть (реферативная), вторая часть (исследовательская), заключение. Введение — это постановка проблемы, обоснование актуальности темы, определение цели и задач исследования. Первая часть — это степень разработанности проблемы в социогуманитарном знании и вывод, что осталось за рамками этих исследований. Вторая часть — собственное исследование, обоснование своей точки зрения на анализируемую проблему. Заключение — выводы, к которым пришел студент в результате изучения состояния вопроса и собственного исследования. В конце проекта обязательно должен быть представлен список использованной литературы (не менее пяти источников). Объем работы — 1 печатный лист (24 страницы машинописного текста). Время отведенное на

защиту проекта 10 минут, время на обсуждение проекта – 5 минут. Выступление и защита проекта должна сопровождаться презентацией.

При оценке творческого проекта учитывается объем проделанной работы, компетентность студента в избранной области, самостоятельность в подходах, суждениях, вкладах; творческий подход к решению проблемы, культура оформления работы, грамотность.

Целью выполнения творческого проекта выступает формирование навыков критического анализа текстов как классиков этнологии, так и современных ученых-мыслителей, выражение своего отношения к изложенным в них точкам зрения на основные проблемы, умение применять полученные знания для постановки и решения исследовательских задач, связанных с изучением студентами той или иной области знания.

Процедура проведения этой формы учебной деятельности включает в себя:

- знакомство обучающегося с темами проектов
- подбор и анализ литературы по теме проекта
- создание мультимедийной презентации проекта
- подготовка к выступлению с докладом по теме проекта на занятии
- выступление с докладом по теме проекта
- оценка содержания выступления студентами и преподавателем.

Темы проектов повышенного уровня дают возможность обучающимся самостоятельно провести расширенный анализ проблемы с использованием научной и иной литературы по теме, сделать выводы, обобщающие как научные взгляды, так и авторскую позицию по проблеме. Базовый уровень нацелен на изложение имеющихся научных исследований по теме доклада.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо проанализировать предложенную тему проекта, подобрать литературу, продумать содержание, оформить проект.

При проверке задания, оцениваются:

- соответствие содержания теме проекта
- соответствие требованиям к структуре доклада и объему
- самостоятельность выполнения
- обоснованность, четкость, лаконичность ответа по теме проекта
- уровень освоения темы и изложения материала - правильность (уместность и достаточность) используемой информации
- научность и самостоятельность устного и письменного изложения проекта.

Тематическая презентация к проекту

При подготовке тематической презентации следует помнить, что существуют требования к созданию и предъявлению слайдов. Слайды в презентации должны быть простыми и не содержать более чем семь строчек текста в каждом. Перегрузка текстом приводит к тому, что слайды становятся трудночитаемыми, особенно для тех, кто сидит далеко: это вызывает у людей разочарование и антипатию к лектору или его выступлению.

Критерии оценки презентации

1. Содержательный критерий:
правильный выбор темы, знание предмета и свободное владение текстом, импровизация, речевой этикет.
2. Логический критерий:
стройное логико-композиционное построение речи, доказательность, аргументированность.
3. Речевой критерий:
использование языковых (метафоры, фразеологизмы, пословицы, поговорки и т.д.) и неязыковых (поза, манеры и пр.) средств выразительности; фонетическая организация речи, правильность ударения, четкая дикция, логические ударения и пр.
4. Психологический критерий:
взаимодействие с аудиторией (прямая и обратная связь), знание и учет законов восприятия речи, использование различных приемов привлечения и активизации внимания.
5. Критерий соблюдения дизайн-эргономических требований к компьютерной презентации:
соблюдены требования к первому и последним слайдам, прослеживается обоснованная последовательность слайдов и информация на слайдах, необходимое и достаточное количество фото- и видеоматериалов, учет особенностей восприятия графической (иллюстративной) информации, корректное сочетание фона и графики, дизайн презентации не противоречит ее содержанию, грамотное соотношение устного выступления и компьютерного сопровождения, общее впечатление от мультимедийной презентации.

Коллоквиум – форма оценки и проверки знаний обучающихся в системе образования. Зачастую представляет собой промежуточный контроль знаний, организованный преподавателем в середине семестра. Целью коллоквиума является оценить текущий уровень навыков и знаний студентов.

Коллоквиум (в переводе с латинского “беседа, разговор”) –форма учебного занятия, понимаемая как беседа преподавателя с обучающимися с целью активизации знаний.

Коллоквиум проводится в форме вопроса с билетами или устной беседы со студентом. Оцениваются прочность усвоения программного материала, последовательность, грамотность и логичность излагаемого материала, обоснованность ответов, владение разносторонними методами при изложении материала.

Собеседование представляет собой индивидуальную беседу с каждым студентом по предложенным вопросам с последующей оценкой их подготовки. Целью данной формы занятия является осуществление текущего контроля знаний по теме. В задачи собеседования входит приобретение навыка работы с источниками и литературой; умения грамотно составлять конспекты и пользоваться ими; выявлять различные точки зрения на проблему и степень ее разработанности в научной литературе. Собеседование предполагает обязательное конспектирование текста или раздела монографии по выбору студента, а также проработку всей предложенной литературы по теме.

Сообщение. Подготовка и выступление с сообщением является важной частью самостоятельной работы студента. Каждый студент должен выступить с сообщением два раза за период изучения дисциплины. Темы сообщений распределяются преподавателем,

ведущим практические занятия, в начале семестра с учетом профиля специальности и интересов студентов. Преподаватель и студенты могут предложить собственные темы.

Оптимальная продолжительность устного выступления – 7-8 минут, оптимальный объем текста сообщения – 8-10 страниц. В этом случае не весь текст должен быть зачитан, необходимо выделить наиболее важные, узловые проблемы и сосредоточить на них внимание.

Поскольку тематика сообщений различна, трудно выработать единые рекомендации по их написанию. Обратите, однако, внимание, на следующее:

- подготовка сообщения должна вестись преимущественно на основе научной, а не учебной литературы; при подборе литературы пользуйтесь списком литературы к программе курса «Этнология Юга России», а также каталогами университетской и краевой научной библиотек;
- старайтесь привести поисковый элемент в подготовку сообщения; привлекайте дополнительную, не указанную в учебных материалах кафедры литературу, формулируйте и аргументируйте собственную позицию, приводите новые факты. Только проблемное сообщение может получить высшую оценку.

Требования к оформлению сообщения.

Сообщение должно быть оформлено с использованием компьютера и принтера на одной стороне бумаги формата А4 через полтора интервала. Цвет шрифта должен быть черным, высота букв, цифр и других знаков не менее 1.8 (шрифт TimesNewRoman, 14 пт.). Текст следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: верхнее и нижнее — 20 мм, левое — 30 мм, правое — 10 мм. Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту и составлять 1,27 см. Выравнивание текста по ширине. Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определенных терминах, формулах, применяя выделение жирным шрифтом, курсив, подчеркивание. Перенос слов недопустим. Точку в конце заголовка не ставят. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Подчеркивание заголовка не допускается. Расстояние между заголовками раздела, подраздела и последующим текстом так же, как и расстояние между заголовками и предыдущим текстом, должно быть равно 15мм (2 пробела).

Название каждой главы и параграфа в тексте работы можно писать более крупным шрифтом, жирным шрифтом, чем весь остальной текст. Каждая глава начинается с новой страницы, параграфы (подразделы) располагаются друг за другом.

В тексте сообщения рекомендуется чаще применять красную строку, выделяя законченную мысль в самостоятельный абзац. Перечисления, встречающиеся в тексте сообщения, должны быть оформлены в виде маркированного или нумерованного списка.

Все страницы обязательно должны быть пронумерованы. Нумерация листов должна быть сквозной. Номер листа проставляется арабскими цифрами. Нумерация листов начинается с третьего листа (после содержания) и заканчивается последним. На третьем листе ставится номер «3». Номер страницы на титульном листе не проставляется. Номера страниц проставляются в центре нижней части листа без точки. Список использованной литературы и приложения включаются в общую нумерацию листов.

Рисунки и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию листов и помещают по возможности следом за листами, на которых приведены ссылки на эти таблицы или иллюстрации. Таблицы и иллюстрации нумеруются последовательно арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается

нумеровать рисунки и таблицы в пределах раздела. В этом случае номер таблицы (рисунка) состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой.

Оформление литературы

Каждый источник должен содержать следующие обязательные реквизиты:

- фамилия и инициалы автора;
- наименование;
- издательство;
- место издания;
- год издания;
- страницы.

В конце работы размещаются приложения. В тексте на все приложения должны быть даны ссылки. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение» и его номера. Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Литература

Основная литература:

1. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е 1. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 186 с. – Библиогр.: с. 168-171. – ISBN 978-5-4499-1563-4 ; То же [Электронный ресурс]. – То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869>
2. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 112 с. – Библиогр.: с. 91-94. – ISBN 978-5-4475-2801-0. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494603>

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А. А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. А. Калмыков ; науч. ред. В. С. Хелемендик. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 97 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>
2. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов : / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с. : ил. – (Учебники Высшей школы экономики). – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=47175>
3. Шарков, Ф. И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова ; Международная академия коммуникологии. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 302 с. : схем., ил., табл. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698476>