

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ

**УТВЕРЖДАЮ:**

проректор по научно-методической  
и учебной работе

 Е.И. Скафа

«21» апреля 2021 г.

МП

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ТИПОЛОГИЯ СОВРЕМЕННЫХ СМК»**

Направление подготовки:	<u>42.04.02 Журналистика</u>
Магистерская программа:	<u>Журналистика</u>
Программа подготовки:	<u>Магистратура</u>
Квалификация:	Магистр
Форма обучения:	<u>очная, заочная</u>

Донецк 2021

**УТВЕРЖДАЮ:**

И.о. декана филологического

факультета



Л. П. Квашина

подпись

«23» марта 2021 г.

МП

Рабочая программа учебной дисциплины «**Типология современных СМК**» составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «8» июня 2017 г. № 529 с изменениями от 8 февраля 2021 № 82; Государственного образовательного стандарта высшего образования (ГОС ВО) Донецкой Народной Республики (ДНР) (проекта) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика; Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденного приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 10.11.2017 г. № 1171 (с изменениями и дополнениями); учебного плана и основной профессиональной образовательной программы высшего образования направления подготовки 42.04.02 Журналистика, магистерской программы: «Журналистика», разработанных в ГОУ ВПО «ДОННУ».

Разработчик:

*Д-р н. соц. комм., проф.,*

зав. кафедрой журналистики



И. М. Артамонова

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики

Протокол № 9 от «04» марта 2021 г.

Заведующий кафедрой



И. М. Артамонова

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией филологического факультета

Протокол № 7 от «17» марта 2021 г.

Председатель учебно-методической комиссии  
филологического факультета

С. В. Руденко

## 1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Учебная дисциплина «Типология современных СМК» относится к базовой части профессионального блока дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика. Дисциплина читается на филологическом факультете ДОННУ кафедрой журналистики. В свою очередь, знания, умения и навыки, приобретаемые в процессе изучения дисциплины «Типология современных СМК», будут полезны магистранту при прохождении преддипломной практики и подготовке к защите магистерской диссертации.

## 2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика учебной дисциплины	Форма обучения	
	Очная	Заочная
Направление подготовки	42.04.02 Журналистика	
Профиль	Журналистика	
Образовательная программа	Магистратура	
Квалификация	Академический Магистр	
Количество содержательных модулей и тем	1 (11)	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Базовой части	
Формы контроля	1 модульный контроль, экзамен в 2-м семестре	
Год подготовки	1	1
Семестр	2	2
Количество зачетных единиц	2	2
Количество часов всего	72	72
в т.ч.:		
- лекционных		
- практических или семинарских	30	4
- лабораторных		
- самостоятельной работы	42	68
в т.ч. индивидуальное задание		
Недельное количество часов	6	
в т.ч.: - аудиторных	2	
- самостоятельной работы студента	4	

## 3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель учебной дисциплины «Типология современных СМК»** — получение представлений о работе средств массовой коммуникации через СМИ — как средство донесения информации (словесной, звуковой, визуальной) по принципу широкоэмитального канала, охватывающее большую аудиторию и действующее на постоянной основе.

### **Задачи дисциплины:**

- а) ознакомиться с основными понятиями современных СМК;

б) изучить потребности читательской аудитории в информации, обусловленные основными политическими, экономическими, социальными, духовными и биологическими процессами;

в) получить первичные представления о методике работы над материалами, усвоить схему построения материалов и работы с источниками информации для того, чтобы максимально удовлетворять запросы читательской аудитории;

г) ознакомиться с современным подходом и запросах общества относительно в получении новостных и аналитических материалов;

д) ознакомиться с этическими нормами при работе с информационными и художественно – публицистическими материалами.

**Требования к результатам освоения дисциплины.** Процесс изучения дисциплины «Типология современных СМИ» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО РФ, ГОС ВО ДНР (проект) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика и основной профессиональной образовательной программы высшего образования направления подготовки 42.04.02 Журналистика, профиля: «Журналистика»:

<b>Универсальные компетенции (УК):</b>	
<i>Наименование категории (группы) универсальных компетенций:</i> <i>«Системное и критическое мышление»</i>	
УК-1.	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

**Индикаторы достижения компетенций и результаты обучения.** Достижение компетенций оценивается на основе таких индикаторов и соответствующих им результатов обучения:

<b>Универсальные компетенции</b>	<b>Индикаторы</b>	<b>Результаты обучения</b>
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1. И-1 Выбирает ресурсы для поиска информации необходимой для решения поставленной задачи.	<p>Знать: суть типологии современных СМИ, их функции и виды.</p> <p>Уметь: применять на практике различные методы работы журналиста по сбору информации для удовлетворения запросов читательской аудитории, использовать формы общения согласно деловому этикету журналиста, действовать в соответствии с основными правами и обязанностями журналиста.</p> <p>Владеть (или иметь опыт деятельности): основными понятиями и терминами в типологии современных СМИ.</p>

#### 4. ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Типология современных СМК» предусматривает следующие формы организации учебного процесса: практические занятия, самостоятельную работу студентов.

Материал излагается с использованием объяснительно-иллюстративных, эвристических и исследовательских методов преподавания. При проведении практических занятий используются мультимедийные презентации, специальное оборудование.

В учебном процессе широко применяются активные и интерактивные формы проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, дискуссия, полемика), внеаудиторная самостоятельная работа, балльно-рейтинговая система оценки успеваемости, личностно-ориентированное обучение, проблемное обучение. В учебном процессе используются интернет-ресурсы по данному курсу; рассматриваются задачи, максимально приближенные к конкретным практическим ситуациям, тесты, самостоятельная работа; контрольные работы.

Самостоятельная работа студентов предусматривает подготовку к практическим занятиям, подготовку конспектов по отдельным вопросам изучаемых тем, изучение учебной и методической литературы.

##### Тематический план «Типология современных СМК»

Темы	Вопросы темы
<p align="center"><b>Содержательный модуль 1.</b> <b>Типология современных СМК</b></p>	
1. Основные функции массовой коммуникации	<p>1.1. Три основные функции массовой коммуникации по Г. Лассуэллу:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обозрение окружающего мира, что можно интерпретировать как информационную функцию;</li> <li>- корреляция с социальными структурами общества, что можно толковать как воздействие на общество и его познание через обратную связь;</li> <li>- передача культурного наследия, что можно понимать как познавательно-культурологическую функцию, функцию преемственности культур.</li> </ul>
2. Концепция информационно-коммуникативного общения	<p>2.1. Методология изучения массово-коммуникативных процессов и системный, конкретно-исторический подход по Ю. Буданцеву.</p> <p>2.2. В его основе следующее положение: возникновение и развитие средств МК синхронно возникновению и развитию человеческого общества, причем определяющим моментом является именно общественное развитие.</p> <p>2.3. Массовую коммуникацию этот исследователь трактует как широкое поле общения посредством естественных СМК.</p>
3. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема	<p>3.1. Социальная система массовой коммуникации состоит из нескольких важнейших составляющих.</p> <p>3.2. К ним относят: аудиторию, дифференцированную по вкусам, образовательному уровню, возрасту и т.д.; организации исследования аудитории; организации, создающие и распространяющие содержание массовой коммуникации; спонсоров или рекламодателей; рекламные агентства.</p> <p>3.3. Помимо перечисленных взаимосвязанных компонентов, выделяется также подсистема контроля, включающая в себя:</p>

	<p>совокупность законодательных органов различного уровня; агентства по контролю за соблюдением нормативных актов; самостоятельные ассоциации, способствующие контролю.</p> <p>3.4. Внутренним стержнем или базовым условием, обеспечивающим функционирование системы массовой коммуникации в целом, являются, по Де Флюэру, финансы.</p> <p>3.5. Большинство из компонентов системы представляют собой профессиональные ролевые структуры, мотивация персонала которых достигается посредством денег.</p> <p>3.6. Причем все они в той или иной степени зависят от аудитории, как центрального компонента системы.</p> <p>3.7. Ключевым моментом функционирования системы является обеспечение аудитории развлекательным содержанием.</p> <p>3.8. Причем необходимым является такое содержание, которое будет удовлетворять потребности максимально широкой аудитории.</p>
4. Тенденции развития СМК в России	<p>4.1. Период, когда советская социология по политическим причинам превратилась в российскую, привнес в ситуацию, сложившуюся в недрах науки, изучающей систему массовых коммуникаций, несколько принципиально новых характеристик: уменьшение государственного финансирования научных программ в научных и учебных институтах, связанных с массовыми коммуникациями; появление профессиональных организаций, предложивших такого рода деятельность на коммерческой основе; появление структур — как в информационной сфере, так и в коммерческой, — заинтересованных в такого рода информации и проявивших готовность финансировать ее; последнее обстоятельство привело к тому, что такого рода исследования, носившие поначалу эксклюзивный характер, стали осуществляться по принципу мониторинга.</p>
5. Социальные функции СМК	<p>5.1. Функции СМК: 1) оптимизация деятельности общества за счет ориентации на социальное общение, позволяющее изменить коллективную (совместную) деятельность; 2) функция контакта, которая играет роль в формировании группового сознания; 3) функция социального контроля через использование социальных норм, этических и эстетических требований; 4) функция социализации личности – воспитательная функция привития личности тех черт, которые желательны для общества. – функция организация поведения – коммуникативная функция – информационная функция – просветительская функция – рекреационная .</p>
6. СМК и интересы социальных субъектов	<p>6.1. В процессе осуществления массово-коммуникационной деятельности качество субъектов обретают:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- носители социальных интересов (их цели заключаются во влиянии на массовое сознание)</li> <li>- владельцы отдельных СМК как субъекты реализации коммерческих интересов</li> <li>- журналисты (коммуникаторы) как субъекты реализации творческих и профессиональных интересов</li> <li>- массовая аудитория как совокупность субъектов,</li> </ul>



	<p>многих ученых – представителей как общественных, так и естественных и технических отраслей знания.</p> <p>9.2. Она вызревала в русле философии (Аристотель, Д. Локк, Т. Гоббс и др.), исследований по социологии и психологии (Г. Тард, Г. Лебон – конец XIX – начало XX века, Л.С. Выготский – 30-е годы, Т. Адорно, Г. Лассауэлл, Г. Маркузе, М. Хоркхаймер, П. Лазарсфельд, Р. Мертон и др. – 40-е годы, Ю. Хабермас, С. Московичи, А. Менегетти и др. – 60–80-е годы XX века).</p> <p>9.3. Можно выделить два историко-концептуальных подхода к определению самого понятия «теория массовой коммуникации».</p> <p>9.4. Первый простирает возможности исследования массовой коммуникации до периода первобытного общества, через изучение процессов общения древних людей и племен друг с другом, особенностей средств этого общения, приемов и знаков передачи трудовых, сакрально-обрядовых, бытовых и культурных текстов.</p> <p>9.5. Теория зависимости СМК от потребностей аудитории – концепция пользы и удовлетворения потреблением.</p> <p>9.6. Это теория зависимости от медиа – чем больше человек зависит от того, что удовлетворяет его потребности с помощью СМК, тем значительнее их роль в его жизни – т.е. сильнее влияние.</p> <p>9.7. Теория обретения пользы и удовольствия определяет цель коммуникационного поведения как отдых\получение информации — согласно этой концепции, аудитория состоит из множества индивидов, каждый из которых имеет собственные интересы и вкусы и черпает из медиа то, что способствует удовлетворению этих интересов и приносит ему пользу.</p> <p>9.8. Теория социального обучения – подход возник в недрах бихевиористской психологии, ставящей во главу угла связь между стимулом и реакцией, и разрабатывался в основном в 60-е годы социальным психологом Альбертом Бандурой и его коллегами.</p> <p>9.9. Мы усваиваем модели поведения, глядя, как окружающие ведут себя определенным образом, а затем имитируя их действия.</p> <p>9.10. Роль СМИ приобретает здесь значимость, когда примеры, демонстрируемые в них, становятся источником изучения.</p>
<p>10. Теории неограниченного и ограниченного влияния СМК на аудиторию</p>	<p>10.1. На большую часть людей оказывают сильное влияние политические партии и религиозные организации.</p> <p>10.2. Прямые медиаэффекты есть, но они значительно скромнее по своим масштабам, чем думалось.</p> <p>10.3. В кризисное время они возрастают, охватывая большее число людей, а в спокойное – ослабляются, действуя на небольшие группы по интересам.</p> <p>10.4. По аналогии с разной степенью влияния СМИ на людей, можно говорить о разной степени и обратного влияния аудитории на СМИ. То есть теорию активной аудитории можно разделить на две части– ограниченного и неограниченного влияния на СМИ. Другими словами, часть людей влияет через выбор того, что им предлагают, а другая часть может сильно</p>



	<p>влиять с помощью денег, власти или прямого насилия. Характеристики активной аудитории – избирательность (селективность – способность к отбору информации), ориентация на пользу (практичность, утилитаризм), духовная активность (преднамеренность), эмоциональная увлеченность, самоконтроль и устойчивость к нежелательным воздействиям. В целом активное использование СМК проявляется в избирательном, мотивированном, вовлеченном, планируемом, устойчивом, интерактивном, критическом отношении к сообщениям.</p>
<p>11. Социальная ответственность СМК</p>	<p>11.1. Теории социальной ответственности появляются прежде всего при рассмотрении проблем «СМИ – аудитория» и «СМИ – власть». Они соответствуют логике поиска оптимальных (золотых) пропорций во взаимодействии между этими социальными институтами.</p> <p>11.2. Если из двух осей сделать крест, то теориям социальной ответственности будет соответствовать круг, соединяющий точки золотых сечений. Он символизирует наилучшие разрешения противоречий, существующих между СМИ и обществом, аудиторией, властью и другими институтами общества.</p> <p>11.3. Вопрос о социальной ответственности СМК возник как реакция на негативные явления их реальной практики. К середине XX века предметом критики были следующие: 1). СМК пользуются своей властью в собственных интересах. Их владельцы проводят свои собственные взгляды на политику и экономику в ущерб мнению оппонентов. 2). СМК пресмыкаются перед большим бизнесом, нередко позволяя рекламодателям контролировать редакционную политику и содержание материалов. 3). В освещении текущих событий большое внимание обращается на поверхностное и сенсационное, а развлекательным материалам часто недостает содержательности, или они несут угрозу общественной морали. 4). СМК контролируются группами политиков и предпринимателей и ограничивают свободный и открытый рынок идей, сопротивляются невыгодным для них переменам. 5). Происходит вторжение в частную жизнь граждан. Именно в модели социальной ответственности воплощается новый идеал соединения свободы и ответственности.</p> <p>11.4. Идеальная модель социальной ответственности, формулируемая в терминах либеральных ценностей, требует от СМИ выполнения определенных обязательств перед обществом, а именно: точность, объективность и сбалансированность, плюрализм мнений, отражающих разнообразие общества, доступность СМИ для разных групп, возможность критики и самокритики, репрезентации вариативных точек зрения, в частности, меньшинств. Деятельность средств массовой коммуникации в идеале является саморегулирующейся посредством правовых норм и соответствующих институтов.</p>

**Структура дисциплины «Типология современных СМК» по видам учебной деятельности**

Названия содержательных модулей и тем	Количество часов							
	Очная форма обучения				Заочная форма обучения			
	Всего	в т.ч.			Всего	в т.ч.		
		Лекции	Практические	Самостоятельная работа		Лекции	Практические	Самостоятельная работа
Содержательный модуль 1. Типология современных СМК								
1. Основные функции массовой коммуникации	7	0	3	4	7	0	0	6
2. Концепция информационно-коммуникативного общения	7	0	3	4	7	0	0	6
3. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема	7	0	3	4	7	0	2	6
4. Тенденции развития СМК в России	7	0	3	4	7	0	0	6
5. Социальные функции СМК	7	0	2	4	7	0	0	6
6. СМК и интересы социальных субъектов	7	0	3	4	7	0	0	6
7. СМК как социальный институт общества	7	0	3	4	7	0	2	6
8. Теории деятельности СМК как массово-коммуникативного процесса	7	0	2	4	7	0	0	6
9. Теории СМК	2	0	3	4	2	0	0	6
10. Теории неограниченного и ограниченного влияния СМК на аудиторию	7	0	3	4	7	0	0	6
11. Социальная ответственность СМК	7	0	2	2	7	0	0	8
Итого по содержательному модулю 1	72	0	30	42	72	0	4	68
Всего часов	72	0	30	42	72	0	4	68

**5. ТЕМАТИКА ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ**

**Темы практических занятий**

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		Очная	Заочная

		форма	форма
<b>Содержательный модуль 1. Типология современных СМК</b>			
1.	Основные функции массовой коммуникации	3	0
2.	Концепция информационно-коммуникативного общения	3	0
3.	Средства массовой коммуникации как социальная подсистема	3	2
4.	Тенденции развития СМК в России	3	0
5.	Социальные функции СМК	2	0
6.	СМК и интересы социальных субъектов	3	0
7.	СМК как социальный институт общества	3	2
8.	Теории деятельности СМК как массово-коммуникативного процесса	2	0
9.	Теории СМК	3	0
10.	Теории неограниченного и ограниченного влияния СМК на аудиторию	3	0
11.	Социальная ответственность СМК	2	0
<b>Итого по содержательному модулю 1</b>		<b>30</b>	<b>4</b>
<b>Всего</b>		<b>30</b>	<b>4</b>

Планы (практических, семинарских) занятий с указанием рассматриваемых вопросов и выполняемых заданий приведены в: Грабовская О.А. Типология современных СМК: учебно-методическое пособие / О.А. Грабовская. – Донецк: ДонНУ, 2020. – 106 с.

## 6. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		Очная форма	Заочная форма
Содержательный модуль 1. Типология современных СМК			
1.	Основные функции массовой коммуникации	4	6
2.	Концепция информационно-коммуникативного общения	4	6
3.	Средства массовой коммуникации как социальная подсистема	4	6
4.	Тенденции развития СМК в России	4	6
5.	Социальные функции СМК	4	6
6.	СМК и интересы социальных субъектов	4	6
7.	СМК как социальный институт общества	4	6
8.	Теории деятельности СМК как массово-коммуникативного процесса	4	6
9.	Теории СМК	4	6
10.	Теории неограниченного и ограниченного влияния СМК на аудиторию	4	6
11.	Социальная ответственность СМК	2	8
Итого по содержательному модулю 1		42	68
Всего		42	68

Содержание самостоятельной (в т.ч. индивидуальной) работы по темам и методические рекомендации по ее выполнению приведены в: Грабовская О.А. Типология современных СМК: учебно-методическое пособие / О.А. Грабовская. – Донецк: ДонНУ, 2020. – 106 с.

## 7. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Назовите три значения понятия «коммуникация» в настоящее время.
2. Перечислите постоянные элементы процесса коммуникации.
3. Дайте определение массовой коммуникации.
4. Какие три подсистемы средств массовых коммуникаций принято выделять?
5. Назовите свойства взаимоотношений прессы и аудитории.
6. Какие общие черты отличают телевидение и радио от газет и журналов?
7. В чем специфика функционального подхода в социологии?
8. Какова роль массовой коммуникации в современном обществе?
9. Какие коммуникационные революции претерпела история развития коммуникаций?
10. Назовите новые социальные потребности, возникшие в обществе с мануфактуризацией производства, которые нуждались в новых информационных каналах.
11. Перечислите критерии информационного общества, выделяемые американскими исследователями.
12. Какими чертами характеризуется массовое общество?
13. Что представляет собой массовое сознание?

## 8. ОБРАЗЕЦ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

### ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Филологический факультет

Направление подготовки: 42.04.04 «Журналистика»

Программа подготовки: **Магистратура**

Семестр **2**

Учебная дисциплина «Типология современных СМК»

### МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

#### ВАРИАНТ №1

1. Какие три подсистемы средств массовых коммуникаций принято выделять?
2. Назовите свойства взаимоотношений прессы и аудитории.
3. Какие общие черты отличают телевидение и радио от газет и журналов?

Утверждено на заседании кафедры журналистики,  
протокол № \_\_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующий кафедрой  
Преподаватель

\_\_\_\_\_ Артамонова И.М.  
\_\_\_\_\_ Грабовская О.А.

## 9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

Номер задания	Количество баллов
---------------	-------------------

1-3	5
<b>Всего</b>	<b>5</b>

## 10. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

### ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Филологический факультет

Направление подготовки: 42.04.04 «Журналистика»

Программа подготовки: **Магистратура**

Семестр **2**

Учебная дисциплина «Типология современных СМК»

### БИЛЕТ №1

1. Эволюция форм собственности СМК. Частные, государственные и общественные формы владения СМК.

2. Свобода как нормативный принцип деятельности СМИ. Его обоснование в контексте базовых прав и свобод личности (Дж. Милтон, Дж. Локк, Дж. Ст. Милль).

3. Критика: «свобода слова» как утопическая теория. Свобода слова и современные СМК.

Утверждено на заседании кафедры журналистики, протокол № \_\_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ Артамонова И.М.

Экзаменатор

\_\_\_\_\_ Грабовская О.А.

## 11. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЯ К ЭКЗАМЕНУ

Номер задания	Количество баллов
I.	10
II.	10
III	20
<b>Всего</b>	<b>40 баллов</b>

## 12. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ САМОСТ

### ОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа (включая выполнение СРС и ИРС) оценивается в 20 баллов. В разрезе отдельных тем оценивание осуществляется следующим образом.

**Оценивание СРС и ИРС по дисциплине «Типология современных СМК»**

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		Очная форма	Заочная форма
Содержательный модуль 1. Типология современных СМК			
1.	Основные функции массовой коммуникации	1	1
2.	Концепция информационно-коммуникативного общения	1	0
3.	Средства массовой коммуникации как социальная подсистема	1	1
4.	Тенденции развития СМК в России	1	0
5.	Социальные функции СМК	1	1
6.	СМК и интересы социальных субъектов	1	1
7.	СМК как социальный институт общества	1	1
8.	Теории деятельности СМК как массово-коммуникативного процесса	1	1
9.	Теории СМК	1	1
10.	Теории неограниченного и ограниченного влияния СМК на аудиторию	1	1
11.	Социальная ответственность СМК	1	1
Итого по содержательному модулю 1		11	9
Всего		11	9

### 13. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

#### Цель:

- систематизация и углубление теоретических знаний по соответствующей учебной дисциплине;
- выработка навыков применения теоретических знаний в решении конкретных практических задач;
- овладение методикой самостоятельного научного исследования.

Подготовка и проведение круглого стола на выбранную тему. Обязательное наличие модератора, управляющего процессом, который следит за соблюдением регламента: выступление каждого участника не должно превышать 5-7 минут, длительность выступлений оппонентов должна быть сбалансирована, выступления участников должны быть аргументированными. Для освещения противоположных точек зрения необходимо по три участника с каждой стороны. Желательна подготовка мультимедиапрезентаций для наглядности выступлений: 10-15 слайдов, включая титульный и финальный; не более 30% текста на слайде. Приветствуется активное вовлечение аудитории (аудитория может задавать вопросы, а может также попросить разрешения выступить в качестве участника).

#### Примерная тематика ИНТЗ по типологии современных СМК:

1. Коммуникация и общество: процессы, способствующие росту значимости массовой коммуникации в современном мире. Социальная природа коммуникации.
2. Понятия «общение», «коммуникация» и «массовая коммуникация», их соотношение. Основные характеристики массовой коммуникации.
3. Структура коммуникационного процесса. Базовые модели коммуникации.
4. Основные подходы к изучению массовой коммуникации. Проблематика исследований МК.

5. Основные идеи и этапы формирования социологии массовой коммуникации.
6. Подготовительный этап: идеи о коммуникации как о факторе, интегрирующем общество, как необходимом условии существования общества, как орудии преобразования человеческой мысли в актуальную социальную реальность.
7. Эволюция представлений об эффективности влияния массовой коммуникации на индивида и общество.
8. Массовая коммуникация в теории структурного функционализма: явные и латентные функции массовой коммуникации.
9. Массовая коммуникация как средство поддержания системной стабильности (Р. Мертон, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэл). Развитие прикладных исследований медиа-эффектов.
10. Проблемы идеологии и гегемонии в контексте деятельности средств массовой коммуникации: массовая коммуникация как инструмент усиления политического контроля, политической власти, форма выражения и продвижения ценностей, убеждений, идей (К. Маркс, Л. Альтюссер, А. Грамши).
11. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации: символическо-знаковая природа информационного обмена на основе дискурсивного анализа (Ч. Пирс, Ф. Соссюр, Р. Барт).
12. Массовая коммуникация в критической теории Франкфуртской школы (Т. Адорно, М. Хоркхаймер).
13. Возрастание интереса к медиа-производству и медиа-контенту, к качественным методам исследования.
14. Современный этап исследования СМИ: массовая коммуникация в теориях постмодерна, информационного общества (Ж. Бодрийяр, Ж.-Ф. Лиотар, М. Маклюэн, Э. Тоффлера).
15. Школа «культурных индикаторов» Дж. Гербнера.
16. Критическая теория культуры С. Холла.
17. Проблемы медиаглобализации.
18. Место СМИ в системе социальных институтов общества. Специфика СМИ как социального института.
19. Эволюция институционализации СМИ. СМИ как устойчивая форма организации совместной деятельности людей на основе производства и распространения информации, трансляции знания, культуры.
20. Концепции установки пунктов «повестки дня», «спирали молчания», информационного дефицита, модели зависимости эффектов массовой коммуникации, «полезности и удовлетворения потребностей».

### **Темы рефератов**

1. Функции СМИ.
2. Коммуникативные особенности печати, радио, телевидения.
3. Современные изменения в системе средств массовой коммуникации.
4. Стратегии взаимодействия СМИ и аудитории: коммерческие и публичные модели взаимодействия. Взаимодействие СМИ с другими институтами. СМИ и власть. Роль СМИ в социальных преобразованиях общества.
5. Массовая коммуникация и реклама
6. Нормативные принципы и модели функционирования средств массовой коммуникации
7. Влияние Интернета на процессы демократизации. Интернет и гражданское общество.
8. Социальные принципы функционирования СМИ (свобода, разнообразие, качественная информация, сохранение социального и культурного порядка, солидарности и согласия в обществе).
9. Стандарты качества информации: объективность, сбалансированность и непредубежденность, отображение альтернативных точек зрения.

10. Концепция общественного вещания.

#### 14. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ТВОРЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ

Защита индивидуального творческого задания происходит поэтапно после изучения соответствующей темы в форме собеседования с преподавателем. В конце работа сдается в печатном и электронном виде. Вся работа оценивается максимально в 15 баллов.

Система оценивания		
<i>№ задания</i>	<i>Вид задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1	<b>Круглый стол</b>	<b>15</b>
Всего		<b>15 баллов</b>

15 баллов – полное соответствие разработанного кейса требованиям к содержанию и оформлению, отсутствие ошибок. Документ содержит не только текстовый материал, но и хорошо иллюстрирован графически (в тех заданиях, в которых это необходимо).

10 баллов – работа содержит большую часть разделов. В большей степени есть лишь описательная часть. Или если при наличии всех структурных частей обоснование и использованные методы содержат ошибки.

До 10 баллов – количество выполненных разделов менее половины. Содержание материала не раскрыто в полной мере.

#### 15. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОБЩЕЙ УСПЕВАЕМОСТИ

Общая оценка знаний студентов по дисциплине проводится по 100-балльной шкале согласно таким критериям, приведенным в таблице ниже. *Организационно-учебная работа студента* в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, активность во время проведения практических занятий (вопросы лектору по теме материала, участие в обсуждении пройденного материала, решение задач и ситуаций у доски и т.п.).

*Если экзаменационная дисциплина*

Содержательные модули	Вид работы	Баллы
Содержательный модуль 1	Организационно-учебная работа студента в аудитории	0
	Самостоятельная работа	35
	Модульная контрольная работа	5
	<b>Итого</b>	<b>40</b>
Содержательный модуль 2	Организационно-учебная работа студента в аудитории	0
	Самостоятельная работа	20
	<b>Итого</b>	<b>20</b>
<b>Экзамен</b>		<b>40</b>
<b>Общий итог</b>		<b>100</b>



### Порядок оценивания учебных достижений обучающихся

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале	
		экзамен, дифференцированный зачет	зачет
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной аттестации	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

## 16. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 1-м учебном корпусе (Донецк, ул. Университетская, д. 24, ауд. \_\_\_\_ ) университета. Для проведения практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, диктофон, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методических кабинетах 1-го учебного корпуса (ауд. 102).

В процессе обучения студенты имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине «Типология современных СМК», размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ГОУ ВПО «ДОННУ». С использованием ресурсов платформы дистанционного образования также осуществляется текущий контроль знаний студентов на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работ.

## 17. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке	Наличие электронной версии в ЭБС:
		«ДОННУ»	«ДОННУ»
Основная литература			
1.	Кравченко, А. И. Социология: хрестоматия для вузов. - М. : Академический Проект, 2004.	21	есть
2.	Грабовская О.А. Типология современных СМК: учебно-методическое пособие / О.А. Грабовская. – Донецк: ДонНУ, 2020. – 106 с.	1	есть
3.	Грабовская О.А. Типология современных СМК:	1	есть

	учебное пособие / О.А. Грабовская. – Донецк: ДонНУ, 2020. – 106 с.		
4.	Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 2003.	3	есть
5.	Науменко Т. В. Социология массовой коммуникации: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2004.	111	есть
6.	Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2003.	12	есть
7.	Филатова О.Г. Социология массовой коммуникации: учебное пособие. – М.: Гардарики, 2006.	45	есть
8.	Черных А.И. Социология массовых коммуникаций: учебное пособие. – М.: Изд-й дом ГУ ВШЭ, 2008.	26	есть
9.	Шарков, А. А. Родионов. Техника и технология сбора и обработки информации: рекомендовано Мин. образования. - М. : Перспектива, 2003.	7	есть
<b>Дополнительная литература</b>			
10.	Кулагин Н.И., Ростов В.Н. Взаимодействие органов расследования с учреждениями массовой информации. – Волгоград, 2004.	8	есть
11.	Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста: Очерки теории и практики: учеб.	44	есть
12.	пособие для студентов вузов / О.Р. Самарцев / под общ. ред. Я.Н. Засурского. М.:	12	есть
13.	Академ. проект, 2007. 527 с.	97	есть
14.	Лукина М.М. Технология интервью. – М., 2003.	12	есть
15.	Прикладная юридическая психология / Под ред. А.М. Столяренко. – М., 2001.	6	есть

## 18. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. [https://www.euro.who.int/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0004/373297/vss-media-agenda-rus.pdf](https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0004/373297/vss-media-agenda-rus.pdf) (Определение повестки дня в СМИ).
2. <http://human.snauka.ru/2017/05/23985> (Теория установления повестки дня).
3. [www.poynter.ru](http://www.poynter.ru) (Институт Пойнтера).
4. [www.ruji.ru](http://www.ruji.ru) (Союз журналистов России).
5. [www.cjes.ru](http://www.cjes.ru) (Центр экстремальной журналистики России).
6. [www.gdf.ru](http://www.gdf.ru) (Фонд защиты гласности).
7. [www.evartist.narod.ru](http://www.evartist.narod.ru) (библиотека работ по журналистике).
8. [www.gipp.ru](http://www.gipp.ru) (Гильдия издателей периодической печати (ГИПП)).
9. [www.journalist-virt.ru](http://www.journalist-virt.ru) (журнал «Журналист»).
10. [www.media-review.by.ru](http://www.media-review.by.ru) (Интернет-журнал медиакритики и медиаобразования)
11. [www.mediasprut.ru](http://www.mediasprut.ru) (проект «МедиаСпрут»).
12. [www.pdi.ru](http://www.pdi.ru) (Институт развития прессы (ИРП)).
13. <http://Witrina.ru> (портал печатных СМИ России).
14. <http://edu.of.ru/mediaeducation/> (Российский общеобразовательный портал).
15. <http://www.mediascope.ru/> (МЕДИАСКОП (Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ)).
16. <http://lib.walla.ru> (Публичная Электронная Библиотека).

17. <http://www.iqlib.ru> (Электронная библиотека IQlib).
18. <http://www.gumer.info> (Библиотека ГУМЕР – гуманитарные науки).
19. Научная библиотека ДонНУ. – Режим доступа: <http://library.donnu.ru>.

## **19. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL для свободного программного обеспечения: Антивирус Касперского, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Paint.NET.