

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ М.В.ЛОМОНОСОВА**

ФИЛИАЛ МГУ В Г.ГРОЗНОМ

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора филиала – руководитель
образовательных программ

А.С. Воронцов



20__ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ОСНОВЫ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ»**

Рекомендуется для направления подготовки

42.03.05 «Медиакоммуникации»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Профиль – Медиакоммуникации

Форма обучения: очная

Москва-2025

Рабочая программа дисциплины разработана и утверждена в соответствии с самостоятельно установленными МГУ образовательными стандартами, утвержденными приказом МГУ от 29 декабря 2018 года № 1775 (в редакции приказов МГУ от 11 сентября 2019 года № 1109, от 10 июня 2021 года № 609, от 29 мая 2023 года № 700, 702, 703) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации».

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основы медиакоммуникаций» является получение необходимых базовых знаний в области массовой коммуникации, медиакоммуникаций и ознакомление с существующими теоретическими концепциями в данной сфере.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Основы медиакоммуникаций» относится к базовой части ООП, общепрофессиональному разделу, блоку «Медиа и коммуникации», и изучается в 1 семестре. Она закладывает основы представлений о широком спектре профессий в сфере медиакоммуникаций. Обширная теоретическая база, комплексный, обобщающий характер данной дисциплины определяют целесообразность её преподавания на начальной стадии обучения в бакалавриате.

Знания, полученные на данном курсе, необходимы для освоения последующих дисциплин профессиональной направленности.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций по ОС МГУ:

- Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-1);
- Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать: основы функционирования медиакоммуникационной деятельности в разных сегментах общества;

Уметь: применять освоенные базовые положения в сфере профессиональной деятельности;

Владеть: навыками концептуализации в своей профессиональной деятельности, опираясь на современные разработки в области теории массовой коммуникации.

4. Структура и содержание дисциплины «Основы медиакоммуникаций»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

4.1 Структура дисциплины

№ п/п	Раздел Дисциплины	Семестр	Виды учебной работы (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации реферат и итоговый зачет
			Лекции	Семинары	Самостоятельная	
1	Образовательная программа МГУ по направлению «Медиакоммуникации»: ориентация	1	4		0	

2	Введение в основы медиакommunikации	1	4		6	Контрольная работа №1
3	Компетенции специалиста по медиакommunikации	1	4		4	
4	Профессиональные ценности специалиста по медиакommunikации	1	4		4	
5	Работа специалиста по медиакommunikации в разных медийных средах (принт, аудио, видео, онлайн, мобильные медиа)	1	4		4	
6	Работа специалиста по медиакommunikации с источниками информации	1	4		4	Контрольная работа №2
7	Введение в проблемно- тематическую специализацию	1	4		4	
8	Основные этапы медиаконвергенции в России и в мире (от Маршалла Маклюэна до web 4.0), ее специфика	1	4		4	
9	Организационные модели, структура отрасли медиакommunikаций	1	4		6	
			36		36	Экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Образовательная программа МГУ по направлению «Медиакommunikации»: ориентация	Краткое описание Основной образовательной программы (ООП) по направлению «Медиакommunikации». Курс «Основы медиакommunikаций», его место в ООП, в общепрофессиональном разделе, блоке «Медиа и коммуникации». Связь с элективной частью программы. Предмет курса. Цель и задачи.
2	Введение в основы медиакommunikации	Понятие коммуникации. Коммуникация как передача информации. Коммуникация как понимание и общение. Коммуникация как связь. Коммуникативный процесс и его основные составляющие: источник (коммуникатор), предмет коммуникации, коммуникационный текст, средства коммуникации (канал), адресат (реципиент, коммуникант, аудитория). Классификация коммуникации по типу связи. Классификация по видам: прямая (непосредственная), медийная (технически опосредованная). Массовая коммуникация и её определение. Централизованная массовая коммуникация, децентрализованная массовая коммуникация, общедоступная массовая коммуникация. Концептуализация массовой коммуникации. Возникновение

		теорий массовой коммуникации. Особенности теорий массовой коммуникации: понятийная неоднозначность, разбросанная предметная область, открытый и доступный ландшафт для теоретизирования. Взаимодействие массовой коммуникации и общества. Типы теорий массовой коммуникации: социально-научная, нормативная, операциональная, повседневная.
3	Компетенции специалиста по медиакommunikации	Виды профессиональных обязанностей и компетенции специалиста по медиакommunikациям. Модификации ролей, новые функции и компетенции. Организационные и технологические практики.
4	Профессиональные ценности специалиста по медиакommunikации	Профессиональная культура специалиста по медиакommunikации: глобальные черты и национальные особенности. Профессиональные ценности. Свобода и ответственность. Основные нравственные принципы (уважение общества, законов, личности, профессии). Качество информационного продукта. Изменение профессиональной культуры в эпоху цифрового общества.
5	Работа специалиста по медиакommunikации в разных медийных средах (принт, аудио, видео, онлайн, мобильные медиа)	Основной понятийный аппарат в области функционирования печатной, аудиовизуальной, интернет- и мобильной среды. Особенности производственного цикла компаний, работающих на разных медийных платформах: технологические характеристики и организация процесса. Место в нем специалиста по медиакommunikациям и других, смежных профессий. Своеобразие методов работы на разных стадиях. Индивидуальный и групповой (коллективный) характер работы. Вербальные, аудиовизуальные и мультимедийные средства формирования содержания. Конвергенция как новый принцип организации медийного производства. Трансформация старых и появление новых профессиональных ролей в конвергентных медиакомпаниях.
6	Работа специалиста по медиакommunikации с источниками информации	Основные принципы работы с источниками информации. Проблемы доступа к информации. Информация ограниченного доступа. Информационный повод и его природа. Виды информационных поводов. Службы информационной поддержки. Типы источников: люди, документы, окружающая среда, интернет-ресурсы. Виды информационных ресурсов. Иерархия источников. Собственные информационные ресурсы. Эксклюзивная информация. Правила проверки информации.
7	Введение в проблемно-тематическую специализацию	Универсальность и специализация в медиакommunikациях, предметная специализация. Содержание и производство контента. Контент как часть креативной индустрии и медиабизнеса. Индустрия производства содержания. Информационная повестка дня; мировая, национальная и региональные повестки. Аудитория как потребитель и производитель медиаконтента. Проблемно-тематические направления в медиа. Предметно-функциональное своеобразие основных тематических направлений: экономическая, политическая, социальная, культурологическая, просветительская, духовно-

		религиозная, спортивная проблематика. Особенности профессиональной деятельности (принципы, организация, технологии и методы, жанровые разновидности, право и этика) в различных проблемно-тематических направлениях.
8	Основные этапы медиаконвергенции в России и в мире (от Маршалла Маклюэна до web 4.0), ее специфика	Истоки понятия. Теории Маклюэна "The medium is the message" и "The global village". Социологи. Технические и технологические возможности. Дигитализация. Миниатюризация. Развитие Интернета. Web 1.0 и 2.0. Бум доткомов. The Long Tail Theory. Типы конвергенции. Приход в Интернет газет, журналов, радио и ТВ, их трансформация. «Firstprint» или «firstweb». Судьба газет. Основные моменты развития медиаконвергенции в мире и России. Трансформация контента. Текстовый пакет. Трансформация аудиовизуального содержания. Изменение способов подачи, мультиплатформенность. Охота за «eyeballs». Изменение природы аудиторного восприятия. Увеличение скорости получения информации аудиторией. Поиск новых решений и освоение возможностей.
9	Организационные модели, структура отрасли медиакommunikаций	Современные каналы средств массовой коммуникации. Государственные, коммерческие медиакорпорации. НКО. Государственная политика в сфере медиа. Экономика современного медиапредприятия. Рекламные агентства. Record labels. Фирмы-синдикаторы. Индустриальные объединения. Холдинги. Организационная структура медиапредприятий разных форматов. Медиапредприятия и медиаотделы государственных и коммерческих структур.

5. Рекомендуемые образовательные технологии

Курс преподается в лекционной и семинарской форме. Присутствуют две контрольные работы. Самостоятельная работа студентов включает обязательное активное (с пометками) чтение и основополагающих работ отечественных и зарубежных авторов.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Самостоятельная работа студентов состоит в изучении учебной литературы, подготовки к контрольным работам. В течение семестра проводится две контрольные работы в виде письменного ответа на 5 вопросов, сконструированных по прочитанным лекциям. Экзамен ставится с учетом балльно-рейтинговой системы.

Примерные вопросы одной контрольной работы:

1. Массовая коммуникация и её определение
2. Коммуникативный процесс и его основные составляющие
3. Виды профессиональных обязанностей и компетенции специалиста по медиакommunikациям
4. Профессиональная культура специалиста по медиакommunikации
5. Типы теорий массовой коммуникации

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Учебные пособия:

Вартанова Е. Л. Теория медиа. Отечественный дискурс. Факультет журналистики МГУ, 2019.

Индустрия российских медиа: цифровое будущее. Под ред. Вартановой Е. М., 2017.

Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург, 2016.

Кирия И., Новикова А. История и теория медиа. М., 2017.

Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005.

Маклюэн М. Понимание медиа. М., 2007.

Манович Л. Теории софт-культуры. Нижний Новгород, 2017.

Манович Л. Язык новых медиа. М., 2018.

Мультимедийная журналистика. Под ред. Качкаевой А., Шомовой С. М., 2017.

Новые медиа. Социальная теория и методология исследования. Санкт-Петербург, 2016.

Срничек Н. Капитализм платформ / пер. с англ. и науч. ред. М. Добряковой; Издательский дом Высшей школы экономики. М., 2021. – 128 с.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Поточная аудитория, оснащенная звуковым (микрофон, динамики) и проекционным (проектор, экран) оборудованием, выходом в интернет с персонального компьютера лектора.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС МГУ с учетом ФГОС по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации».

Разработчики:

Факультет журналистики МГУ

доцент

Гуреева А. Н.