

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.21** Теория массовой коммуникации

Учебный план: 2024-2025 42.03.02 ВШПМ Журналистика ЗАО №1-3-23.plx

Кафедра: **17** Журналистики и медиатехнологий СМИ

Направление подготовки:  
(специальность) 42.03.02 Журналистика

Профиль подготовки: Журналистика  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
3	УП	8	4	87	9	3	Экзамен
	РПД	8	4	87	9	3	
Итого	УП	8	4	87	9	3	
	РПД	8	4	87	9	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 524

Составитель (и):

кандидат филологических наук, Доцент

\_\_\_\_\_

Цуканов Евгений  
Александрович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой журналистики и  
медиа технологий сми

\_\_\_\_\_

Шелонаев Сергей  
Игоревич

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Шелонаев Сергей  
Игоревич

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в области теории массовой коммуникации.. В рамках курса определяется роль массовых коммуникаций в социальных процессах и их влияние на различные социальные структуры через формирование общественного мнения

### 1.2 Задачи дисциплины:

- Рассмотреть теоретические и методологические основы исследования системы массовых коммуникаций как социального явления и социального процесса.

- Изучить особенности информационного влияния массовых коммуникаций на различные социальные структуры.

- Дать основы анализа субъектно-объектных отношений, существующих в обществе, с целью выработки у студентов навыков аналитического подхода к исследованию различных целей и задач, реализуемых посредством деятельности средств массовых коммуникаций.

- Познакомить студентов с основными методами исследования системы средств массовых коммуникаций и аудитории как объекта их воздействия.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Основы теории журналистики

Основы проектной деятельности

Тележурналистика

Организация работы пресс-службы

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности**

**Знать:** средства массовой коммуникации, специфику их воздействия на аудиторию, место и роль СМИ в структуре СМК, включая новейшие информационные каналы.

**Уметь:** разбираться в специфике и особенностях массовой информации, приемах воздействия на аудиторию.

**Владеть:** необходимыми навыками воздействия посредством сообщений СМИ на целевую аудиторию

## 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Теоретические основы изучения массовой коммуникации.	3				
Тема 1. Понятие массовой коммуникации. Базовые коммуникативные модели.		1			ИЛ
Тема 2. Системно-структурные представления о массовой коммуникации.		1			ИЛ
Тема 3. Идеология и массовая коммуникация.		1			ИЛ
Тема 4. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации.		1			ИЛ
Тема 5. Понимание массовой коммуникации в рамках критической теории.		1	2		ИЛ
Тема 6. Массовая коммуникация в координатах постмодерного мира.					ИЛ
Раздел 2. Медиа в современном обществе: политико-экономическая теория и практика					
Тема 7. СМК и гражданское общество: концептуальный аспект.		1	2		ИЛ
Тема 8. Медиа в системе отношений "рынок - государство - общество".		1			ИЛ
Тема 9. Массовая коммуникация и современные тенденции глобализации.		1			ИЛ
Раздел 3. Исследование эффектов массовой коммуникации.					

Тема 10. Эффект волшебной пули (теория подкожной иглы) Лассуэлла.			5	ГД
Тема 11. Эффект отчуждения.			5	ГД
Тема 12. Эффект пристрастия.			5	ГД
Тема 13. Эффект реальности.			4	ГД
Тема 14. Эффект "тяжелых" зрителей.			4	ГД
Тема 15. Эффект бумеранга.			6	ГД
Тема 16. Эффект "стадности".			6	ГД
Тема 17. Эффект трансформации фактов в фактоиды.			5	ГД
Тема 18. Эффект Hiley Likely и феномен постправды.			7	ГД
Тема 19. Эффект рождения "нового электронного духовенства" (Анненбергская школа, Дж. Гербнер).			5	ГД
Тема 20. Установление пунктов повестки дня.			5	ГД
Тема 21. Эффект "спирали молчания" Э. Ноэль-Нойман.			6	ГД
Тема 22. Эффект информационного дефицита.			6	ГД
Тема 23. Модель зависимости эффектов массовой коммуникации.			5	ГД
Тема 24. Подход "полезности и удовлетворения потребностей".			4	ГД
Тема 25. Эффект "The Medium Is The Message" М. Маклюэна.			5	ГД
Тема 26. Эффекты симультанности и импловизности медиа.			4	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	8	4	87	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)	2,5		6,5	
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>	14,5		93,5	

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

#### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

##### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

##### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ОПК-4	Объясняет роль аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, основные характеристики аудитории современных российских СМИ, основные методы изучения аудитории Четко соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп Проводит учет основных характеристик целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов.	Вопросы для устного собеседования Практические задания

##### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа

5 (отлично)	Обучающийся показывает всестороннее, систематическое и глубокое знание основного и дополнительного учебного материала, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой; усвоил основную и знаком с дополнительной рекомендованной литературой; может объяснить взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для последующей профессиональной деятельности; проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала.	
4 (хорошо)	Обучающийся показывает достаточный уровень знаний в пределах основного учебного материала, без существенных ошибок выполняет предусмотренные в программе задания; усвоил основную литературу, рекомендованную в программе. Или обучающийся допускает не существенные погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, устраняет их без помощи преподавателя; способен объяснить взаимосвязь основных понятий дисциплины при дополнительных вопросах преподавателя.	
3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном	
	только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Или ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов.	
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

## 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 3	
1	Массовая коммуникация: дефиниции
2	Базовые коммуникативные модели
3	Функции массовой коммуникации в обществе

4	Социодинамическая теория СМК
5	Медиа как средство поддержания системной стабильности
6	СМК в концепции самореферентных социальных систем
7	Идеология и массовая коммуникация в работах основоположников марксизма
8	Структуралистская интерпретация идеологии Барта
9	Массовая коммуникация и концепция гегемонии Грамши
10	Массовая коммуникация, язык и "относительность" реальности
11	Проблема значения и знака в массовой коммуникации
12	Типы и организация знаков в массовой коммуникации
13	Структура мифа в семиологии
14	Кодирование и декодирование
15	Тексты массовой коммуникации как структуры повествования
16	Критическая теория массовой коммуникации Адорно
17	Критическая теория массовой коммуникации Хоркхаймера
18	Критическая теория массовой коммуникации Маркузе
19	Беньямин: техническая воспроизводимость материалов культуры
20	Критика тенденций современного телевидения: Постман
21	Массовая коммуникация в концепциях Маклюэна
22	Массовая коммуникация в философии постмодернизма (Лакан, Фуко, Делез, Деррида)
23	Общество спектакля Ги Дебора
24	Массовая коммуникация и гиперреальность Бодрийара
25	СМК и гражданское общество: концептуальный аспект
26	Массовая информация в контексте базовых прав и свобод личности
27	Роль медиа в демократическом обществе: американская традиция анализа (Липпман, Дьюи, Миллс)
28	СМК и публичная сфера в концепции Хабермаса
29	Медиа в системе отношений "рынок - государство - общество"
30	Формы частного владения средствами массовой коммуникации
31	Государственные и общественные формы владения СМК
32	Концепция общественного вещания
33	Регламентация в отношении деятельности СМК
34	Ограниченность идей свободной прессы
35	Нормативные "модели" медиа
36	Медиа и власть в России на рубеже тысячелетия: от Ельцина к Путину
37	Массовая коммуникация и современные тенденции глобализации
38	Основные тренды мировой медиа индустрии
39	Глобализация медиа: российский контекст
40	Современные медиаэффекты

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Изучая тему эффектов средств массовой коммуникации, слушатели должны усвоить основные понятия в данной предметной области, проследить эволюцию концептуальных построений в содержании социальных эффектов массовой коммуникации,

понять особенности проявлений конкретных эффектов медиа в современном обществе.

Форма отчетности — рефераты, посвященные анализу конкретных механизмов проявления эффектов массовой коммуникации.

Причем в сферу внимания слушателей должен быть включен максимально широкий перечень эффектов как планируемого, так и не планируемого характера; долгосрочных и краткосрочных по своим последствиям. Содержание рефератов докладываются слушателями на семинарских занятиях и учитываются на экзамене как практико-ориентированное задание

## 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

+

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

**5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине**

- возможность пользоваться словарями и справочниками;
- время на подготовку и ответ 30 мин

**6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ****6.1 Учебная литература**

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Кознова Н. Н., ответств.	Современные СМИ в контексте информационных технологий	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2023	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20239478">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20239478</a>
Фатеева, И. А.	История средств массовой информации: модели СМИ и место в них рекламы	Москва: Московский педагогический государственный университет	2022	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/122447.html">https://www.iprbooks.hop.ru/122447.html</a>
Айсакова, Е. А., Алексян, Ж. С.	Читаем и изучаем тексты по специальности (на материалах СМИ)	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2022	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/117052.html">https://www.iprbooks.hop.ru/117052.html</a>
Дзялошинский, И. М.	Культура массовых коммуникаций	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/109257.html">https://www.iprbooks.hop.ru/109257.html</a>
Зайцева, А. В.	Теория коммуникации	Луганск: Книта	2021	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/111217.html">https://www.iprbooks.hop.ru/111217.html</a>
Ананьева, Е. П., Бедрик, А. В., Бочаров, И. Ю., Гафиатулина, Н. Х., Донских, А. Г., Доронина, Н. В., Дорофеев, Н. В., Дюжиков, С. А., Иванова, Т. М., Коблева, М. М., Концевич, Г. Е., Магомедов, М. Г., Мазнева, С. Е., Малахова, А. Л., Нигматулина, Я. О., Нор-Аревян, О. А., Петровская, А. А., Пономарев, М. А., Пономарева, А. М., Реутов, Е. В., Реутова, М. Н., Рогочая, Г. П., Рубанникова, Е. А., Станкевич, Г. В., Степанова, Е. А., Тришина, Т. В., Фастова, М. А., Фетисова, О. В., Чантурия, К. П., Черевков, О. С., Черевкова, А. И., Дюжиков, С. А.	Медиация в России: состояние, тенденции, проблемы развития	Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета	2021	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/121914.html">https://www.iprbooks.hop.ru/121914.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				

Ислам, Румин, Пьер-Ив, Андро, Стефано, ДеллаВинья, Мэтью, Генцкоу, Лиза, Джордж, Бамбанг, Харимурти, Итан, Каплан, Джонатан, Леви, Зиад, Маджед, Эдетаен, Оджо, Мария, Петрова, Риккардо, Пульизи, Джесс, Шапиро, Джеймс, Снайдер-мл., Джозеф.	Информация и общественное мнение: От репортажа в СМИ к реальным переменам	Москва: Альпина Паблишер	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/82864.html">http://www.iprbookshop.ru/82864.html</a>
Яскевич, Я. С.	Философские проблемы социальной коммуникации	Минск: Вышэйшая школа	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/90850.html">http://www.iprbookshop.ru/90850.html</a>
Ушанов, П. В.	Media relations. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/65718.html">http://www.iprbookshop.ru/65718.html</a>
Олешкевич В. В.	Язык и стиль современных СМИ	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2022	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20229450">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20229450</a>
Васильева М. Г. ♦	Журналистика печатных СМИ	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2023	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20239467">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20239467</a>
Киселёв, А. Г.	Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/81693.html">http://www.iprbookshop.ru/81693.html</a>
Смирнов А. В.	Теория и история массовой культуры	СПб.: СПбГУПТД	2017	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179159">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179159</a>
Борботько, Л. А., Желтухина, М. Р., Пономаренко, Е. Б., Репина, Е. А., Ширяева, О. В., Желтухина, М. Р.	Человек и его дискурс-5. Театр-массмедиа-политика-бизнес	Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Институт языкознания РАН, ПринТерра-Дизайн	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/66643.html">http://www.iprbookshop.ru/66643.html</a>
Непряхин, Н. Ю., Паутовой, Е.	Гни свою линию: приемы эффективной коммуникации	Москва: Альпина Паблишер	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/86743.html">http://www.iprbookshop.ru/86743.html</a>
Державина, О. А., Иванова, Е. Ю., Каменец, А. В.	Современная массовая культура	Москва: Российский государственный социальный университет	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/104683.html">http://www.iprbookshop.ru/104683.html</a>

## 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/>
2. Социальная сеть для сотрудничества учёных [Электронный ресурс]. URL: <https://www.academia.edu/>
3. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. URL: <http://elibrary.ru/>

## 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

## 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду