

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ** «**ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

Кафедра «Связи с общественностью»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ МЕДИА»

(для студентов заочной формы обучения по направлению

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профили «Реклама и связи с

общественностью в бизнесе и политике», «Реклама»)

Ростов-на-Дону

ДГТУ

2023 г.

Составитель: М.В. Кошман

Методические указания по дисциплине «История и теория медиа». – Ростов-на-Дону: Донской гос. техн. ун-т, 2023. – 7 с.

Даны методические рекомендации по подготовке к экзамену и написанию контрольных работ. Содержит список вопросов к экзамену, темы контрольных работ и список литературы для самостоятельной работы студентов.

Предназначены для бакалавров направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью заочной формы обучения.

Основными формами организации обучения, освоения студентами материала, предусмотренного курсом «История и теория медиа», являются лекции, написание контрольной работы и самостоятельная работа c литературой.

Лекция – форма изучения нового материала. Основная дидактическая цель лекции – сформировать у студентов систему знаний об изучаемом объекте. Значение лекции состоит в том, что она направлена на развитие логического мышления, освоение научных методов, служит основой для самостоятельной работы студентов, развивает интеллектуальную и мотивационную сферы личности. Выбор типа лекции зависит от цели, содержания учебного материала и т.п. В рамках преподавания дисциплины «История и теория медиа» реализуются вводные, информационные, проблемные, обзорные лекции.

Важная составляющая освоения студентами учебного материала – организация их самостоятельной познавательной деятельности. Самостоятельная работа является одним из средств подготовки к активной самообразовательной работе и в этом состоит ее основная дидактическая цель. Студентам предлагаются следующие формы самостоятельной работы: работа с учебной и справочной литературой (задачи – выделение главного, систематизация, анализ, обобщение и т.д.); выполнение сквозных и индивидуальных заданий по циклам дисциплины; разработка студентами методических материалов по предмету (схем, таблиц, опорных конспектов и т.д.); подготовка к наиболее ответственным или интегративным практическим работам; конкурсное выполнение разных заданий; самостоятельное изучение дисциплин под контролем преподавателя; выполнение специально подготовленных заданий развивающего характера (цель – более глубокое и прочное усвоение важных положений предмета) и др.

Контрольная работа – одна из основных форм межсессионных заданийдля студентов заочной формы обучения.

Письменные работы выполняются по специальной тематике контрольных работ, составленной кафедрой «Связи с общественностью» на основе учебной программы курса «История и теория медиа».

Согласно учебному плану студент заочной формы обучения обязан выполнить одну контрольную работу за семестр. Номер контрольной работы должен соответствовать последней цифре номера зачетной книжки студента.

Контрольная работа должна состоять из введения, основной части и заключения. Во введении следует дать обоснование важности и актуальности избранной темы, сформулировать задачи работы, осуществить обзор использованной литературы и источников. При раскрытии основных вопросов необходимо обеспечить их полное соответствие формулировкам плана. Каждый раздел основной части должен завершаться краткими выводами. Заключение контрольной работы не должно содержать новых фактических данных. В нем резюмируется содержание работы, делаются четкие выводы по всей теме. Контрольная работа должна быть написано грамотно, необходимо стремиться к ясному и четкому стилю изложения материала. Приводимые в тексте цитаты необходимо снабжать ссылками на источники. В конце контрольной работы приводится список литературы (в алфавитном порядке), использованной студентом, не менее пяти наименований.

Заключительный этап – оформление контрольной работы. Контрольная работа выполняется на стандартных листах белой бумаги формата А4. Текст работы должен быть набран на компьютере: шрифт Times New Roman, размер кегля – 14, межстрочный интервал – 1,5. Поля: слева – 3 см; сверху и снизу – 2,0 см; справа – 1,5 см. Красная строка – 1,25 см. Объем контрольной работы – 15-20 страниц. Нумерация страниц – сквозная. Номера страниц на титульном листе и втором листе с планом контрольной работы не ставятся. Каждый раздел работы, имеющий свой заголовок, начинается с новой страницы. Заголовок помещается в её верхней части и выделяется более крупным или жирным шрифтом.

При выполнении всех требований, предъявляемых к контрольной работе, студент получает положительную рецензию. Все замечания, указанные в рецензии, необходимо учесть, то есть внести дополнения и изменения к основному тексту на дополнительных листах. На экзамене студент представляет экзаменатору свою контрольную работу, рецензию и текст дополнений.

Если контрольная работа не соответствует изложенным выше требованиям, то она не зачитывается. Студент обязан переработать ее полностью или отдельные разделы в соответствии с полученными замечаниями. Сроки представления контрольной работы при этом не изменяются.

Для проверки выполнения студентами указаний, сделанных преподавателем в рецензиях, и для методической помощи студентам проводятся собеседования в сроки, установленные деканатом. Результаты собеседований засчитываются преподавателем при выставлении зачетов по итогам работы студентов в период зачетно-экзаменационной сессии.

Студенты, получившие зачет за выполненную контрольную работу, допускаются к сдаче экзамена по дисциплине «История и теория медиа».

**Вопросы к экзамену**

1. Социальная коммуникация: содержание понятия, структура

2. Классификация исторических этапов развития социальных коммуникаций. Характеристика общинной коммуникационной системы.

3. Классификация исторических этапов развития социальных коммуникаций. Характеристика рукописной коммуникационной системы.

4. Классификация исторических этапов развития социальных коммуникаций. Характеристика мануфактурной коммуникационной системы.

5. Классификация исторических этапов развития социальных коммуникаций. Характеристика индустриальной коммуникационной системы.

6. Классификация исторических этапов развития социальных коммуникаций. Характеристика мультимедийной (цифровой) коммуникационной системы.

7. Модели коммуникации Г. Лассуэлла, Шеннона-Вивера, Шрамма-Осгуда

8. Медиа: содержание понятия, виды

9. Новые медиа: содержания понятия, характеристики, виды

10. Массовая коммуникация: содержание понятия, основные функции

11. Коммуникационная пирамида Д. Маккуэйла

12. Классификация теорий медиа Д. Маккуэйла

13. Нормативные теории медиа

14. Теории массового общества и пропаганды. Теория «магической пули» и концепции пропаганды Г. Лассуэлла, У. Липманна и Дж. Дьюи

15. Концепция лидеров мнения и двухступенчатая модель коммуникации П. Лазарсфельда

16. Теория диффузии инноваций Э. Роджерса

17. Теория культивации Дж. Гербнера.

18. Теория использования и удовлетворения

19. Концепция спирали молчания Э. Ноэль-Нойман

20. Символический интеракционизм. Социальное конструирование реальности. Анализ фреймов

21. Критические традиции в изучении медиа. Франкфуртская школа (М. Хоркхайм ер, Т. Адорно, Г. Маркузе).

22. Феномен медиавоздействия. Модели медиавоздействия Комстока, Торсона, де Флера и Болл-Рокеша.

23. Эффект прайминга

24. Феномен установления приоритетности новостей. Концептуальные истоки изучения феномена становления приоритетности новостей (Б. Коэн, У. Липпман, концепция Лонгов). Этапы изучения феномена повестки дня (agenda-setting) (Мак-Комбс, Д. Шоу, В. Вэнт, Г. Франкхаузер и др.)

25. Концепции информационной эпохи. Торонтская школа. Теория медиа М. Маклюэна.

**Тематика контрольных работ**

1. Категория коммуникации: сущность и основные подходы к определению

2. Процессно-информационный (трансмиссионный) подход к изучению коммуникации

3. Семиотический подход к изучению коммуникации

4. Медиа в системе коммуникации: подходы к определению понятия, виды.

5. Социальная история медианосителей

6. История развития цензуры в Европе

7. История развития цензуры в России

8. Классификация теорий медиа

9. Нормативные теории медиа

10. Системно-структурные представления о массовой коммуникации

11. Идеология и массовая коммуникация (Л. Альтюссер, А. Грамши)

12. Теории пропаганды Г. Лассуэлла, У. Липманна, Д. Дьюи

13. Двухступенчатая модель коммуникации и концепция лидеров мнения П. Лазарсфельда

14. Теория диффузии инноваций Э. Роджерса и ее концептуальные истоки

15. Теория культивации Дж. Гербнера

16. Франкфуртская школа: критические представления о масс-медиа (М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Г. Маркузе)

17. Теория использования и удовлетворения

18. Концепция спирали молчания Э. Ноэль-Нойман

19. Теория прайминга

20. Средства коммуникации и теория масс-медиа М. Мак-Люэна

21. Информационное общество: сущность, основные концептуальные подходы

22. Сетевые коммуникации и информационное общество М. Кастельса

23. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации

24. Медиатизация социума: медиа и институт политики

25. Медиатизация социума: медиа и институт семьи

26. Медиатизация социума: медиа и институт образования

**Литература**

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции: Учебное пособие / Бакулев Г. П. - 3. - Москва: Издательство "Аспект Пресс", 2016. - 192 с.

2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ.: Пер. с англ. - М.: Издательский дом "Вильяме", 2004. - 432 с .: ил.

3. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации: учебник для вузов. - М: Издательство Юрайт, 2023. - 231 с.

4. Дзялошинский, И.М. Культура массовых коммуникаций: учебное пособие / И.М. Дзялошинский. - Культура массовых коммуникаций ; 2031-07-08. - Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. - 688 с.

5. Дзялошинский, И.М. Социальные институты и социальная коммуникация. Введение в теорию коммуникационных матриц: Учебное пособие / И.М. Дзялошинский. - Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2020. - 905 с.

6. Кожемякин Е. А. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / Кожемякин Е. А. - 1. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 189 с.

7. Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа / И.В. Кирия, А. А. Новикова — «Высшая Школа Экономики (ВШЭ)», 2017, 2020 - (Учебники Высшей школы экономики)

8. Мультимедийная журналистика [Текст]: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. -(Учебники Высшейшколы экономики). - 413 с.

9. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество: введение в теорию и исследования / М.М. Назаров. - М. : УРСС, 2022. - 378 с.

10. Назарчук А.В. Теория коммуникации в современной философии: учебник / А.В. Назарчук; А.В. Назарчук. - Москва: Прогресс-Традиция, 2009. - 320 c.