Приложение 5.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Факультет филологии и журналистики

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

филологии и журналистики

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Худяков С.С.

«11» апреля 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине

**«Репрезентация социокультурных процессов в медиакоммуникациях**»

Научная специальность:

5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Уровень высшего образования

подготовка кадров высшей квалификации

по программам подготовки научных и

научно-педагогических кадров в аспирантуре

Форма обучения

очная

Год набора

2023

Тамбов 2023

**Автор программы:** Видная О. Е.**,** к. филол. наук, доцент, доцент кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью.

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральными государственными требованиями к структуре программ подготовки научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре (адъюнктуре), условиям их реализации, срокам освоения этих программ с учетом различных форм обучения, образовательных технологий и особенностей отдельных категорий аспирантов (адъюнктов) (приказ Минобрнауки России от 20 октября 2021 г. № 951).

Рабочая программа принята на заседании кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «04» апреля 2023 года, протокол № 18.

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |
| --- |
| 1. Цели и задачи дисциплины |
| 2. Место дисциплины в структуре программы аспирантуры |
| 3. Объем и содержание дисциплины |
| 4. Контроль знаний обучающихся |
| 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины |
| 6. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы |
|  |

**1. Цели и задачи дисциплины**

**1.1 Цель дисциплины** - формирование у обучающихся теоретического представления о медиакоммуникациях как целостной системе в контексте развития социальных отношений; формирование навыков анализа общих закономерностей и репрезентации потребностей общества и интересов аудитории в медийном пространстве; формирование практических навыков самостоятельной научно-исследовательской и педагогической деятельности.

**1.2 Задачи дисциплины:**

- формирование представлении об основных способах репрезентации социкультурной тематики в медиакоммуникационной среде;

- развитие умения применять механизмы и принципы функционирования медиакоммуникаций в социокультурной среде для разработки направлений анализа тематики и проблематики медиа;

- формирование оценочного аппарата роли медиакоммуникаций в современных социальных процессах;

- овладение методологией изучения различных теоретических парадигм коммуникаций.

**1.3 Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины аспирант должен:

**Знать:**

**-** фундаментальные теоретические парадигмы, описывающие процессы развития и функционирования коммуникационной среды;

- современное состояние науки в области медиакоммуникаций и изучения специфики репрезентации социальной действительности в медиапространстве.

**Уметь:**

**-** анализировать общие закономерности репрезентации потребностей общества и интересов аудитории в медийном пространстве.

**Владеть:**

**-** методами исследования в области медиакоммуникации и социокультурных процессов;

- навыками анализа тематики и проблематики медиа, уровней взаимодействия экономики, социальной сферы, политики и медийной повестки дня.

**2. Место дисциплины в структуре программы аспирантуры:**

Дисциплина «Репрезентация социокультурных процессов в медиакоммуникациях» относится к образовательному компоненту «Дисциплины (модули)» программы аспирантуры по научной специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика. Дисциплина является элективной.

Дисциплина «Репрезентация социокультурных процессов в медиакоммуникациях» изучается во 2 семестре.

**3. Объём и содержание дисциплины**

**3.1 Объем дисциплины**

Очная форма обучения: 2 з.е.

| Вид учебной работы | Очная форма обучения  (всего часов) |
| --- | --- |
| **Общая трудоёмкость дисциплины** | **72** |
| *Контактная работа (по учебным занятиям)* | *22* |
| Лекции (Л) | 10 |
| Практические (семинарские) занятия (ПЗ) | 12 |
| Лабораторные занятия (ЛЗ) | - |
| *Самостоятельная работа (СР)* | *50* |
| *Зачет* |  |

**3.2 Содержание дисциплины:**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № темы | Название  раздела/темы | Вид учебной работы, час.  (очная форма) | | | | Формы текущего  Контроля |
| Л | ПЗ | ЛЗ | СР |
|  | Тема 1. Социокультурные процессы и их взаимосвязь с медиакоммуникациями | 4 | 3 | – | 12 | выступление с докладом |
|  | Тема 2. Теоретические парадигмы медиакоммуникаций | 2 | 3 | – | 12 | выступление с докладом |
| 3. | Тема 3. Роль медиа в репрезентации социальной реальности | 2 | 3 | – | 12 | выступление с докладом |
| 4. | Тема 4. Взаимодействие экономики, социальной сферы, политики и медиа | 2 | 3 | – | 14 | написание эссе |

**Тема 1. Социокультурные процессы и их взаимосвязь с медиакоммуникациями**

**Лекция.** Специфика социокультурной реальности, ее статика и динамика. Теория социокультурных явлений и процессов П.А.Сорокина. Сферы социокультурной реальности. Роль духовной сферы в жизни общества, ее влияние на социум. Структурно-функциональные зависимости сфер общественной жизни. Проблемы социальной регуляции. Способы регулятивного воздействия социума на личность. Социальная сущность массовой коммуникации. Условия, способствующие формированию массового общества и средств массовой коммуникации. Социальные функции массовой коммуникации, ее возможности и дисфункции. Формирование общественного мнения прессой и его отражение в медиасфере. Сущность концепции СМИ как «четвертая власть».

**Практическое занятие.** Вопросы для обсуждения:

1. Сущность различных сфер социокультурной реальности.

2. Социально-политические стереотипы, иллюзии, мифы и их воздействие на массы.

3. Роль духовной сферы в жизни общества, ее влияние на социум.

**Задания для самостоятельной работы:**

1. Дайте характеристику социокультурной реальности.
2. Раскройте характеристики и параметры социокультурного пространства, принципы его структурирования.
3. Дайте характеристику проблем социальной регуляции, способов регулятивного воздействия социума на личность и роли массмедиа в этих процессах.

**Тема 2. Теоретические парадигмы медиакоммуникации**

**Лекция.** Классическая парадигма коммуникации (Г. Лассуэл). Новая коммуникативная стратегия. Функциональный подход в исследовании сущности массовой информации. Теория массового общества. Критическая теория. Теория гегемонии массовой коммуникации. Теория эгалитарной массовой коммуникации. Структурные направления в исследовании массовой коммуникации. Современный социокультурологический подход к пониманию массовой информации. Концепция свободного потока информации. Бирмингемская школа методологического коллективизма. Культурологическая теория коммуникации. Теория коммуникативной компетентности. Теория минимального познания.

**Практическое занятие. Вопросы для обсуждения:**

1. Элементы схемы коммуникации Г. Ласуэлла и ее значение в науке о коммуникациях.

2. Чикагская школа и первые исследования урбанизированной коммуникации.

3. Сущность концепция «публичной сферы» Ю. Хабермаса.

4. Парадигма «пропагандистской силы» в ранних исследованиях массмедиа.

5. Специфика концепции «демократического реализма» У. Липмана, теории «общественного мнения».

6. Особенности концепции культурной индустрии Т. Адорно и М. Хоркхаймера.

**Задания для самостоятельной работы**

- сравните парадигму «пропагандистской силы» с парадигмой «ограниченных эффектов» масс-медиа;

- поясните, что представляет собой теория двухступенчатого потока информации;

- прокомментируйте сущность теории «повестки дня» и «спирали тишины».

**Тема 3. Роль медиа в репрезентации социальной реальности**

**Лекция.** Проблема отражения социальной реальности средствами массовой информации. Способы воссоздания и репрезентации социокультурной реальности. Проблема искажения действительности: тенденциозность и ангажированность прессы. Объективные и субъективные факторы искажения реальности средствами массовой информации. Понятие манипуляция, социальное манипулирование и манипуляции сознанием публики. Способы манипулятивного воздействия средств массовой информации на аудиторию. Особенностей современных мифов. Политическая и социальная мифологии. Аудитория как адресат коммуникации. Объективные и субъективные характеристики. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию. Ориентация коммуникатора на потенциальную аудиторию. Отбор информации для аудитории с учетом ее актуальности, коммуникативных норм и правил, социальной, политической, профессиональной и другой ориентированности аудитории.

**Практическое занятие.** Вопросы для обсуждения:

1. Сущность детерминирующей и регулятивной функций духовной сферы социокультурной системы.

2. Процесс формирования общественного мнения прессой и его отражение в СМИ.

3. Значимость концепции СМИ как «четвертая власть».

**Задания для самостоятельной работы**

- определите и проанализируйте социальные функции массовой коммуникации, ее возможности и дисфункции;

- определите и проанализируйте мифологические образы в современной пропаганде;

- определите роль медиакоммуникаций в конструировании социокультурной реальности.

**Тема 4. Взаимодействие экономики, социальной сферы, политики и медиа**

**Лекция.** Культура, коммуникация и политическая экономия. Проблема экономических зависимостей средств массовой информации, их влияния на свободу журналистской деятельности. Обратное влияние медиа на экономику. Функциональная значимость деловой прессы. Специфика деловых изданий. Социальная проблематика в СМИ: особенности ее освещения. Понятие «пресса третьего сектора». Проблема гражданской журналистики. Роль средств массовой информации в формировании гражданского общества. Модели взаимодействия СМИ и правительства. Идеи работы Ф.Сиберта, У.Шрамма, Т. Питерсона «Четыре теории прессы». Роль медиа в формировании имиджа политического деятеля. Роль медиакоммуникации в обосновании и легитимации идеологий. Проблема идеологической ангажированности медиа. Культуротворческая функция средств массовой информации.

**Практическое занятие.** Вопросы для обсуждения:

1. Взаимодействие экономической сферы и средств массовой информации.

2. Сущность взаимодействия массмедиа и демократических институтов общества.

3. Взаимовлияние культуры и средств массовой информации.

**Задания для самостоятельной работы**

- проанализируйте социальную сферу жизни общества и ее взаимодействие со СМИ;

- объясните сущность СМИ как канала продвижения политической коммуникации;

- охарактеризуйте влияние массмедиа на экономическую, политическую, культурную сферы социума.

**4. Контроль знаний обучающихся**

**4.1 Формы текущего контроля работы аспирантов:** доклад, эссе**.**

* 1. **Задания текущего контроля**

Темы докладов

1. Формирование средствами медиакоммуникации общественного мнения.
2. Проблема социального конструирования реальности.
3. Роль медиа в трансляции массовой культуры.
4. Глобализм в эпоху формирования информационного общества.
5. Понятие манипуляция, социальное манипулирование и манипуляции сознанием публики.
6. Как создаются герои и дьяволы средствами СМИ, приемы создания образа врага.
7. Имидж политического лидера.

Темы эссе

1. Проблема взаимоотношений средств массовой информации и власти.
2. Роль прессы в формировании имиджа политического деятеля.
3. Роль медиакоммуникаций в обосновании и легитимации идеологий.
4. Средства массовой информации как агенты культурной глобализации.
5. Глобализм и антиглобализм в эпоху формирования информационного общества.
6. Роль медиакоммуникаций в трансляции массовой культуры.
7. Роль телевидения и интернета в формировании постиндустриального общества.
8. Концептуальное обоснование роли медиакоммуникаций в становлении и развитии информационного общества.

**4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине** проводится в форме зачета.

Вопросы зачета

1. Специфика социокультурной реальности, ее статика и динамика.

2. Социально-политические стереотипы, иллюзии, мифы и их воздействие на массы.

3. Проблемы социальной регуляции. Способы регулятивного воздействия социума на личность, роль медиакоммуникаций в этих процессах.

4. Детерминирующая и регулятивная функция духовной сферы социокультурной системы.

5. Формирование общественного мнения прессой и его отражение в массмедиа.

6. Экономическая сфера и средства массовой информации.

7. СМИ и демократические процессы.

8. Социальная сфера жизни общества и медиакоммуникации.

9. СМИ как канал продвижения политической коммуникации.

**З**адания для зачета

1. Охарактеризуйте параметры социокультурного пространства, принципы его структурирования.
2. Проанализируйте социальные функции массовой коммуникации, ее возможности и дисфункции.
3. Проанализируйте мифологические образы в современной пропаганде.
4. Обоснуйте роль деловой прессы в конструировании современного пространства.
5. Выявите и обоснуйте направления взаимодействия культуры и средств массовой информации.
6. Проанализируйте роль медиакоммуникаций в глобальных процессах современности.

**4.4 Шкала оценивания промежуточной аттестации**

|  |  |
| --- | --- |
| **Оценка** | **Основные показатели достижения результата** |
| «зачтено» | Демонстрирует достаточный уровень знанийфундаментальных теоретических парадигм, описывающих процессы развития и функционирования коммуникационной среды.  Достаточно свободно ориентируется в современном состоянии науки в области медиакоммуникаций и в специфике репрезентации социальной действительности в медиапространстве. |
| Демонстрирует умение анализировать общие закономерности репрезентации потребностей общества и интересов аудитории в медийном пространстве. |
| Владеет методами исследования в области медиакоммуникаций и социокультурных процессов.  Демонстрирует навыки анализа тематики и проблематики медиа, уровней взаимодействия экономики, социальной сферы, политики и медийной повестки дня. |
| «не зачтено» | Демонстрирует слабый уровень фундаментальных теоретических парадигм, описывающих процессы развития и функционирования коммуникационной среды.  Не ориентируется в современном состоянии науки в области медиакоммуникаций и в специфике репрезентации социальной действительности в медиапространстве. |
| Не может продемонстрировать умения анализировать общие закономерности репрезентации потребностей общества и интересов аудитории в медийном пространстве. |
| С трудом использует методы исследования в области медиакоммуникации и социокультурных процессов.  Не может продемонстрировать навыки анализа тематики и проблематики медиа, уровней взаимодействия экономики, социальной сферы, политики и медийной повестки дня. |

**5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.**

**5.1 Основная литература**

1. Бобров, А. А. Журналистика в социально-культурной сфере. Обществу и человеку : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Журналистика в социально-культурной сфере. Обществу и человеку. - Саратов: Вузовское образование, 2018. - 138 с.

2. Жирков, Г. В., Корконосенко, С. Г., Бодрунова, С. С., Сидоров, В. А., Корконосенко, С. Г. Журналистика. Общество. Ценности : коллективная монография. - Весь срок охраны авторского права; Журналистика. Общество. Ценности. - Санкт-Петербург: Петрополис, 2012. - 448 с.

3. Чепкина Э. В. Социальная журналистика. Проблемы толерантности в СМИ : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 115 с

**5.2 Дополнительная литература**

1. Блохин И. Н. Журналистика в этнокультурном взаимодействии : учебное пособие. - Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского Государственного Университета, 2013. - 198 с.

2. Ильченко С. Н. Фейковая журналистика. Спецкурс : учебное пособие. - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2019. - 309 с.

3. Котов В. Д. Кросс-культурные процессы и массовая коммуникация : монография. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 98 с.

**5.3** **Иные источники:**

**Периодические издания**

1. Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8. Литературоведение. Журналистика.
2. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика
3. Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Сер. 9. Филология, востоковедение, журналистика
4. Журнал "Журналист"
5. Научный журнал «МедиаАльманах"

**Интернет-ресурсы**

1. Электронный научный журнал - [www.mediascope.ru](http://www.mediascope.ru)
2. Медиалогия. Мониторинг СМИ и соцсетей - <http://www.mlg.ru>
3. Портал о медиабизнесе - [www.mediaguide.ru](http://www.mediaguide.ru)
4. ГИПП. Союз предприятий печатной индустрии - [www.gipp.ru](http://www.gipp.ru)

**6. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

**Электронная информационно-образовательная среда**

<http://moodle.tsutmb.ru>

Взаимодействие преподавателя и аспиранта в процессе освоения дисциплины осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.

**Лицензионное программное обеспечение:**

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Операционная система Microsoft Windows 10

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187, 00 MB 11.0.08

7-Zip 9.20

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

**Информационные справочные системы и профессиональные базы данных:**

|  |  |
| --- | --- |
| ЭБС «Университетская библиотека онлайн» | [http://www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru/) |
| ЭБС «Консультант студента»: Медицина. Здравоохранение, Комплект Гуманитарные науки | [http://www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru/) |
| ЭБС «IPRSMART» (старое название  « IPR books») | [http://iprbookshop.ru](http://iprbookshop.ru/) |
| ЭБС «Юрайт» | [http://www.urait.ru](http://www.urait.ru/) |
| Сетевая электронная библиотека педагогических вузов | <https://e.lanbook.com/> |
| Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU | [http://elibrary.ru](http://elibrary.ru/) |
| Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» | [https://нэб.рф](https://xn--90ax2c.xn--p1ai/) |
| Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина | [http://www.prlib.ru](http://www.prlib.ru/) |
| Электронный справочник «Информио» | [www.informio.ru](http://www.informio.ru/) |
| Архив научных журналов зарубежных издательств | [https://arch.neicon.ru](https://arch.neicon.ru/) |
| БД AIPP E-Book Collection I + Collection II – полнотекстовые коллекции книг издательства AIP Publishing в области прикладной и химической физики, биологии, энергетики, оптики, фотоники, материаловедения и нанотехнологий и др. | <https://www.scitation.org/ebooks> |
| Коллекции журналов:   * Life Sciences Package и БД Springer Nature, * Social Sciences Package и БД Springer Nature, * Physical Sciences & Engineering Package   – полнотекстовые политематические базы академических журналов | [www.nature.com](http://www.nature.com) |
| БД 2021 - 2023 eBook Collections  издательства Springer Nature  – полнотекстовая политематическая база академических книг | <https://link.springer.com/> |
| Математические журналы –  МИАН. Полнотекстовая коллекция математических журналов | [http://www.mathnet.ru](http://www.mathnet.ru/) |