

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение инклюзивного высшего образования
**«Московский государственный
гуманитарно-экономический университет»
(ФГБОУ ИВО «МГГЭУ»)**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ОСВОЕНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.02 Специфика работы в сетевых медиа

образовательная программа 42.04.02 Журналистика
шифр, наименование

Направленность (профиль)
Мультимедийная журналистика

Квалификация (степень) выпускника: магистр


Форма обучения: очная и заочная

Курс 2 семестр 3

Москва 2023

Методические рекомендации разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования направления 42.04.02 Журналистика, утвержденного приказом Минобрнауки России от 8 июня 2017 г. № 529. Зарегистрировано в Минюсте России 29 июня 2017 г.. N 47239.


Разработчик(и) методических рекомендаций: доцент кафедры социологии и
медиакommunikаций

 место работы, занимаемая должность
Григорьев Н.Ю. 23.03 2023 г.
подпись Ф.И.О. Дата


Методические рекомендации утверждены на заседании кафедры социологии и
медиакommunikаций
(протокол № 5 от «23» марта 2023 г.)

на заседании Учебно-методического совета МГТЭУ
(протокол № 3 от «26» апреля 2023 г.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник учебно-методического управления
 И.Г. Дмитриева
«26» апреля 2023 г.

Начальник методического отдела
 Д.Е. Гапеенок
«26» апреля 2023 г.

Декан факультета
 Л.С. Астахова
«14» апреля 2023 г.

Содержание

1. **АННОТАЦИЯ/ВВЕДЕНИЕ**
2. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ЛЕКЦИЯМ**
3. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**
4. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ЛАБОРАТОРНЫМ РАБОТАМ***
5. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ**

АННОТАЦИЯ

Настоящие методические рекомендации разработаны для обучающихся 2 курса очной формы обучения с учетом ФГОС ВО и рабочей программы дисциплины «Специфика работы в сетевых медиа».

Целью освоения дисциплины является формирование у магистрантов представления о состоянии средств массовой коммуникации в российском обществе в контексте общемировых тенденций развития современного медиапространства. В процессе обучения студенты знакомятся с анализом ключевых параметров информационной индустрии как социального института, развитие которого тесно связано с историей человеческой цивилизации, прежде всего, с эволюцией коммуникативных технологий.

Задачи дисциплины познакомить магистрантов с трудами современных зарубежных и отечественных исследователей медиа; с характерными трендами развития российских массмедиа в контексте общемировых тенденций.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии

уметь:

- выстраивать социальное и профессиональное взаимодействие с учетом особенностей деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп.

владеть:

- навыками анализа и практического применения особенностей и разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ЛЕКЦИЯМ

Лекция 1. по теме: Новые отечественные и зарубежные концепции медиа

Вопросы:

1. Понятия «информация», «информационное общество», «медиасреда».
2. Структура медиасреды, основные институциональные образования, содержание и определяющие факторы развития.
3. Особенности медиасреды российского общества.

Методические рекомендации:

В процессе изучения темы важно затронуть такие аспекты, как «информация», «информационное общество», «медиасреда» структура медиасреды». Проследить за тем, как между собой разделяются данные понятия, а также за тем, какие факторы влияют на дальнейшее формирование и развитие медиасреды.

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258> (дата обращения: 28.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. — 2-е изд. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 550 с. — (Серия «Зарубежный учебник») - ISBN 978-5-238-00960-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028522>.

Лекция 2. по теме: Основные тенденции развития печатных СМИ в России и за рубежом

Вопросы:

1. Периодическая печать как системный объект.
2. Общая ситуация на российском рынке периодической печати

Методические рекомендации:

В процессе прохождения темы важно рассмотреть, как функционирует государственная политика в сфере печатных СМИ. Какова роль печатных

СМИ в управлении информацией в медиaprостранстве.

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258> (дата обращения: 28.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. — 2-е изд. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 550 с. — (Серия «Зарубежный учебник») - ISBN 978-5-238-00960-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028522>.

Лекция 3. по теме: Специфика развития индустрии теле и радиовещания в современной России

Вопросы:

1. Изменения и тенденции в структуре собственности на радио и телевизионном рынке России.
2. Тенденции развития теле и радиовещательных форматов.
3. Характерные черты развитие отечественных печатных и электронных СМИ в условиях медиаконвергенции

Методические рекомендации:

В данном материале прослеживается тема функционирования современной медиасистемы, все происходящие изменения.

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258> (дата обращения: 28.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. — 2-е изд. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 550 с. — (Серия «Зарубежный учебник») - ISBN 978-5-238-

00960-7. - Текст : электронный. - URL:
<https://znanium.com/catalog/product/1028522>.

**Лекция 4. По теме Интернет как площадка управления общественным мнением.
Роль новых медиа в управлении информацией**

Вопросы:

1. Развитие Интернет в России.
2. Интернет-СМИ и социальные сети в системе СМК.

Методические рекомендации:

При разработке данной темы важно рассмотреть, как происходит управление информацией в системе СМК, а также в пространстве сети.

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258> (дата обращения: 28.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. — 2-е изд. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 550 с. — (Серия «Зарубежный учебник») - ISBN 978-5-238-00960-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028522>.

Лекция 5. По теме Визуализация массмедиа

Вопросы:

- 1) тайм-лайн;
- 2) инфографика;
- 3) использование фото.

Методические рекомендации:

В процессе изучения темы важно рассмотреть, что представляет собой разновидность визуализации в современном медиа пространстве. Как новые формы влияют на подачу контента и на обратную связь.

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258> (дата обращения: 28.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. — 2-е изд. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 550 с. — (Серия «Зарубежный учебник») - ISBN 978-5-238-00960-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028522>.

Лекция 6. по теме Технологии управления и манипулирования общественным мнением в Современном медиапространстве

Вопросы:

1. Особенности формирования общественного мнения.
2. Роль средств массовой информации.
3. Технологии создания повестки дня.

Методические рекомендации:

При изучении этой темы принципиально рассмотреть, как общественное мнение влияет на формирование информационной повестки. Как создается повестка дня, какие методы манипулирования существуют и влияют.

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258> (дата обращения: 28.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. — 2-е изд. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 550 с. — (Серия «Зарубежный учебник») - ISBN 978-5-238-00960-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028522>.

Лекция 7. по теме Методы анализа содержания печатных и электронных СМИ

Вопросы:

1. Виды мониторинга СМИ
2. Контент анализ

Методические рекомендации:

При изучении данной темы важно разобраться, как проходит анализ современных печатных и электронных СМИ в условиях медиаконвергенции.

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258> (дата обращения: 28.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. — 2-е изд. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 550 с. — (Серия «Зарубежный учебник») - ISBN 978-5-238-00960-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028522>.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Темы и задания к практическим занятиям:

Тема 1. Новые отечественные и зарубежные концепции медиа

Новые отечественные и зарубежные концепции медиа.

Подготовка аналитического материала для СМИ. Создание образа героя или компании в традиционных и новых медиа.

Тема 2. Основные тенденции развития печатных СМИ в России и за рубежом

Подготовка аналитического материала для СМИ. Создание образа героя или компании в традиционных и новых медиа

Тема 3. Специфика развития индустрии теле и радиовещания в современной России

Подготовка аналитического материала для СМИ. Создание образа героя или компании в традиционных и новых медиа

Тема 4. Интернет как площадка управления общественным мнением.

Подготовка аналитического материала для СМИ. Создание образа героя или компании в традиционных и новых медиа.

Тема 5. Визуализация массмедиа

Подготовка аналитического материала для СМИ. Создание образа героя или компании в традиционных и новых медиа

Тема 6. Технологии управления и манипулирования общественным мнением в современном медиапространстве

Подготовка аналитического материала для СМИ. Создание образа героя или компании в традиционных и новых медиа.

Тема 7. Методы анализа содержания печатных и электронных

СМИ

Подготовка аналитического материала для СМИ. Создание образа героя или компании в традиционных и новых медиа

