

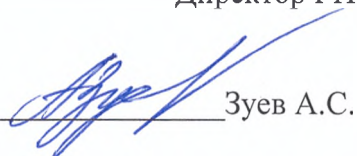
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Новосибирский национальный исследовательский  
государственный университет» (Новосибирский государственный университет, НГУ)

Гуманитарный институт

---

СОГЛАСОВАНО

Директор ГИ

  
Зуев А.С.

«29» сентября 2020 г.

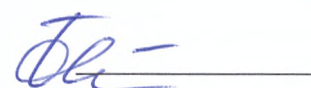
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ОБЩЕСТВО**

Направление подготовки: 42.04.02 Журналистика (магистратура)

Направленность (профиль): Управление коммуникациями,  
Производство и продюсирование видеоконтента

Форма обучения: очная

Разработчик:  
канд.полит.наук, доцент Березняков Д.В.



Зав.каф. массовых коммуникаций,  
руководитель образовательных программ  
канд.филос.наук, доцент Беленко В.Е.



Новосибирск

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Результаты освоения образовательной программы (компетенции)	Индикаторы	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знать закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	Знать основные научные подходы к изучению роли эффектов в медиасфере.  Уметь обоснованно осуществлять оценку и прогнозирование эффектов воздействия массовой коммуникации на различные социальные аудитории.  Навыки и / или опыт деятельности владения принципами социальной ответственности в своей профессиональной деятельности.
ОПК-8. Способен проводить научное исследование в сфере журналистики и медиа на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики	ОПК-8.1. Знать основные направления и школы научных исследований в сфере журналистики и медиа	Знать концептуальные различия основных направлений и школ научных исследований в сфере журналистики и медиа; специфику разных аспектов массовой коммуникации и современного журнализма.  Уметь корректно обращаться с результатами социологических исследований при их использовании в журналистских материалах.

**2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплины (практики), изучение которых необходимо для освоения дисциплины «Массовая коммуникация и общество»:

Дисциплины по философии и истории в рамках учебного плана бакалавриата.

Дисциплины (практики), для изучения которых необходимо для освоения дисциплины «Массовая коммуникация и общество»: «Философские основания науки и журналистика»; производственная практика, профессионально-творческая практика; производственная практика, научно-исследовательская практика

**3. Трудоемкость дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося**

Трудоемкость дисциплины – 2 з.е. (72 ч.)

Для набора 2020 г. форма промежуточной аттестации: 2 семестр – экзамен

№	Вид деятельности	Семестр
		2
1	Лекции, ч	16
2	Практические занятия, ч	16
3	Лабораторные занятия, ч	-
4	Занятия в контактной форме, ч	36
5	из них аудиторных занятий, ч	32
6	в электронной форме, ч	-
7	консультаций, час.	2
8	промежуточная аттестация, ч	2
9	Самостоятельная работа, час.	36
10	Всего, ч	72

Для набора 2019 г. форма промежуточной аттестации: 2 семестр – дифзачет

№	Вид деятельности	Семестр
		2
1	Лекции, ч	16
2	Практические занятия, ч	16
3	Лабораторные занятия, ч	-
4	Занятия в контактной форме, ч	34
5	из них аудиторных занятий, ч	32
6	в электронной форме, ч	-
7	консультаций, час.	-
8	промежуточная аттестация, ч	2
9	Самостоятельная работа, час.	38
10	Всего, ч	72

#### 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

##### 2 семестр

Лекции (16 ч)

Наименование темы и их содержание	Объем, час
1. Картография теорий массовых коммуникаций	2
2. Медиаэкология и теории технологического детерминизма	2
3. Культивационная теория Анненбергской школы	2
4. Британские «культурные исследования» (BSCS)	2
5. Школа медиа-исследований при Университете г. Глазго (GlasgowMediaGroup)	2
6. Социальный конструктивизм и теории медиареальности	2
7. Теории медиа-эффектов	2
8. Интернет, виртуальная реальность и «новые медиа»: подходы к осмыслению	2

**Тема 1. Картография теорий массовых коммуникаций.** Общая характеристика современного этапа развития исследований в области массовой коммуникации в сравнении с предыдущими: социально-экономический, политический и культурный контексты Поздней Современности. Понятие альтернативной парадигмы и «карта теорий медиа» (mediatheorymap) по *Д.Маккуэйлу*. Преемственность и новизна проблематики.

Эмансипация интернет-коммуникаций и вызовы классическим парадигмам в области медиа-исследований. Методологический плюрализм и междисциплинарность как базовые характеристики пространства современных теорий.

**Тема 2. Медиаэкология и теории технологического детерминизма.** Становление проблематики медиаэкологии как междисциплинарной области научных исследований. Возникновение Торонтской школы. Э. Хевлок: интерпретация роли алфавита в греческой культуре. Устная и письменная культура: сравнительная характеристика в работах У. Онга. Ключевые идеи Г. Инниса о роли технологий коммуникации в человеческой истории. Концепция М. Маклюэна как оригинальный вариант философии техники: «средство коммуникации есть сообщение», противопоставление «горячих» и «холодных» медиа, «Галактика Гуттенберга» и мифогенный потенциал электронных медиа эпохи «глобальной деревни». Четыре стадии развития новых медиа. Концепция «Галактики Интернета» М. Кастельса: принципы информационной экономики, логика сетей, цифровое неравенство и политика в эпоху «новых медиа». Развитие идей Торонтской школы: «аппараты культуры» versus «индустрии сознания» у О. Гоулднера. Теория «медиатизации опыта» в эпоху электронных медиа Д. Мейеровича. Критика телевидения в работах Н. Постмана. Анализ книгопечатной революции и ее последствий в новоевропейской культуре Э. Эйзенштайн.

**Тема 3. Культивационная теория Анненбергской школы.** Коммуникация - интеракция через сообщение. Телевидение как базовый объект исследования. Главные направления исследований по Дж. Гербнеру: анализ кодов сообщений, анализ поведения аудиторий и изучение медиа-институтов и политики. Программа «Профиль насилия» и ее результаты. Телевидение как функциональный эквивалент мифо-ритуальных институтов прошлого, ориентирующий на поддержание целостности и консенсуса в обществе. Стабильность и закрытость системы телевидения. Гипотеза культивации, понятия культурных индикаторов, мейнстриминга, резонанса, тяжелых/легких зрителей.

**Тема 4. Британские «культурные исследования» (BSCS).** Господство, культура и медиа в перспективе неомарксизма. Гегемония (А. Грамши), «индустрии культуры» (М. Хоркхаймер, Т. В. Адорно), идеологические аппараты государства (Л. Альтюссер). Влияние идей М. М. Бахтина и семиотики. Массовая коммуникация как процесс кодирования/декодирования в концепции С. Холла. «Семантическая герилья», радикальная версия феномена «активных аудиторий» и варианты декодирования «гегемонистского идеологического кода». «Народ против властного блока». Критика теории симулякров Ж. Бодрийяра. Соотношение кода идеологии и кодов медиа-производителей. Текстцентризм. Механизмы кодирования в телевизионной культуре по Дж. Фиску.

**Тема 5. Школа медиа-исследований при Университете г. Глазго (GlasgowMediaGroup).** Новостной контент как основной объект исследования GMG. Выявление зависимости между типом контента и продолжительностью информации. Стабильная структура новостных блоков, иерархия значимости информации и «зрительские максимы». Проблема навязывания идеологии через журналистские практики производства контента: рамки нормальности/девиантности, фильтрации (гейткипинга). Отбрасывание информации и укрепление легитимного «статус кво». Модель телевизионного дискурса В. Морин: влияние теории речевых актов Дж. Остина, перформативный и констатативный подходы к новости.

**Тема 6. Социальный конструктивизм и теории медиареальности.** Антиэссенциалистская установка конструктивистских подходов. Общественные явления

как продукты человеческой практики. Конструирование социальной реальности как ее производство в процессе человеческого взаимодействия. «Прагматический поворот» в гуманитарных науках и его последствия. Социальная феноменология (А. Шюц, П. Бергер, Т. Лукман) и ее ресурсы в медиа-исследованиях. Мир повседневности как основа конструирования медиареальности (Х. Молотч, М. Лестер). Концепция медиареальности Д. Элтейда: конструктивистская реконструкция медиапроизводства понятие медиалогии, формата как аналога естественной установки, «сканирующего времени» телевидения, постжурнализма. Этнометодология и теория фреймов (Г. Гарфинкель, И. Гофман): базовые положения. Фрейминг как техника конструирования новостей и как механизм восприятия контента в рамках знакомых контекстов (Р. Энтман). Режимы вовлеченности и фреймы телепросмотра (В. Вахштайн). Медиареальность в перспективе неофункционализма Н. Лумана: две реальности масс-медиа, аутопойезис, двоичный код, программные области, критерии трансформации события в новость. Масс-медиа и социоанализ (П. Бурдьё, П. Шампань и др.): поле журналистики, его агенты, капиталы и позиции, принцип двойной зависимости поля, символическая власть, «медиатические интеллектуалы», феномен «быстромыслия» (fast-thinking), «несуществующее» общественное мнение и критика технологий опросов.

**Тема 7. Теории медиа-эффектов.** Общая схема трансформации представлений исследователей об эффектах воздействия масс-медиа на аудиторию. Первоначальные версии атомизированных аудиторий и эффекта «магической пули» (Г. Лассуэлл). «Повторное открытие» первичных групп и формирование концепции многоступенчатого потока информации и «лидеров мнений» в рамках структурного функционализма. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера и ее проекция в область медиа-исследований: феномен «упрямой аудитории». Теория информационного дефицита (Г. Донахью, С. Олиен, П. Тиченор): «информационные бедняки» и «богачи», понятие «разрывов в знании» и проблематичность феномена «хорошо информированного гражданина» как самостоятельного актора демократической политики. Теория «удовлетворения потребностей» (Э. Кац) как структурно-функциональная версия идеи «активных аудиторий»: обоснование зависимости медиа-потребления от потребностей индивидов, а не медиа-производителей. Формирование и развитие теории «повестки дня» (М. Маккомбс, Д. Шоу): акцент на когнитивных аспектах медиа-потребления, типы повесток, потребность в ориентации и функция социального конструирования реальности. Теория публичных арен (Ч. Боск, С. Хилгартен, И. Г. Ясавеев): конструкционистский подход к социальным проблемам, пропускная способность арен как ключевой ограничитель в мире медиа. Теория «усталости сострадать» (К. Кинник, Д. Крэгмон, Г. Камерон): обоснование механизмов эмоционального выгорания индивидов по отношению к социальным проблемам. Теория «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман): зависимость индивидуальных мнений от представлений о мнениях большинства, феномен «плюралистического незнания», страх изоляции, «сдвиг последней минуты» и присоединение к победителю.

**Тема 8. Интернет, виртуальная реальность и «новые медиа»: подходы к осмыслению.** Технологическая революция в коммуникациях второй половины XX века и ее последствия. Технократический миллениаризм и интернет-утопизм: «дивный новый мир цифровой Агоры». Концептуальные ресурсы философии техники в осмыслении виртуализации общества. Реальное/виртуальное, феномен иммерсивности. Теория виртуальной реальности А. Буля. Мифология глобальных информационных потоков (М. Фергюсон). Интернет как медиум Постмодерна. «Цифровой раскол» и его осмысление: понятия информационной культуры и медиапоколений. «Добровольное рабство юзеров» (Н. Больц). Сетевое общество как гипертекст. Феномен «пустой публичной сферы» и кризис репрезентативных политических институтов. «Индустрии культуры» в эпоху

Web.2.0.: концепция экономики символического обмена А. Долгина. Концепция менеджмента внимания и «рынков как разговоров».

#### Практические занятия (16 ч)

Содержание практического занятия	Объем, час
Семинар по теме 1. Картография теорий массовых коммуникаций	2
Семинар по теме 2. Медиаэкология и теории технологического детерминизма	2
Семинар по теме 3. Культивационная теория Анненбергской школы	2
Семинар по теме 4. Британские «культурные исследования» (BSCS)	2
Семинар по теме 5. Школа медиа-исследований при Университете г. Глазго (GlasgowMediaGroup)	2
Семинар по теме 6. Социальный конструктивизм и теории медиареальности	2
Семинар по теме 7. Теории медиа-эффектов	2
Семинар по теме 8. Интернет, виртуальная реальность и «новые медиа»: подходы к осмыслению	2

#### Для набора 2019 г. -- самостоятельная работа студентов (38 ч)

Перечень занятий на СРС	Объем, час
Подготовка к практическим занятиям	14
Подготовка к контрольной работе	6
Изучение теоретического материала, не освещаемого на лекциях	10
Подготовка презентации доклада	2
Подготовка к дифзачету	6

#### Для набора 2020 г. -- самостоятельная работа студентов (36 ч)

Перечень занятий на СРС	Объем, час
Подготовка к практическим занятиям	14
Подготовка к контрольной работе	6
Изучение теоретического материала, не освещаемого на лекциях	6
Подготовка презентации доклада	2
Подготовка к экзамену	8

### 5. Перечень учебной литературы

1. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450795> (дата обращения: 19.09.2020).
2. Кирия, И.В. История и теория медиа: учебник для вузов : [16+] / И.В. Кирия, А.А. Новикова. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. — 424 с. : ил. — (Учебники Высшей школы экономики). — Режим доступа: по подписке. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>
3. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457242> (дата обращения: 19.09.2020).
4. Нигматуллина, Т. А. Политическая медиация : учебное пособие для вузов / Т. А. Нигматуллина, Л. О. Терновая. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт,

2020. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05665-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454094>

## **6. Перечень учебно-методических материалов по самостоятельной работе обучающихся**

5. Березняков Д.В. Методические рекомендации к самостоятельной работе обучающихся: <https://www.nsu.ru/n/humanities-institute/students/metodicheskie-materialy/journalism/index.php>

## **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

### **7.1 Ресурсы сети Интернет**

Освоение дисциплины «Массовая коммуникация и общество» используются следующие ресурсы:

- электронная информационно-образовательная среда НГУ (ЭИОС);
- образовательные интернет-порталы;
- информационно-телекоммуникационная сеть Интернет.

Взаимодействие обучающегося с преподавателем (синхронное и (или) асинхронное) осуществляется через личный кабинет студента в ЭИОС, электронную почту, социальные сети.

### **7.2 Современные профессиональные базы данных:**

- Лицензионные материалы на сайте eLibrary.ru: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
- Научная электронная библиотека «Киберленинка»: <https://cyberleninka.ru/>
- Электронная база научных публикаций Google.scholar
- Электронно-библиотечная система «Лань».
- Университетская библиотека онлайн. «Университетская библиотека онлайн».

## **8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

### **8.1 Перечень программного обеспечения**

Для обеспечения реализации дисциплины «Массовая коммуникация и общество» используется стандартный комплект программного обеспечения (ПО), включающий регулярно обновляемое лицензионное ПО Windows и MS Office или свободное ПО: операционная система и аналог office, проекционное оборудование.

Использование специализированного программного обеспечения для изучения дисциплины не требуется.

### **8.2 Информационные справочные системы**

Не используются

## **9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для реализации дисциплины «Массовая коммуникация и общество» используются специальные помещения:

1. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации;
2. Помещения для самостоятельной работы обучающихся;

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

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду НГУ. Реализация дисциплины может осуществляться с применением дистанционных образовательных технологий.

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется согласно «Порядку организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в Новосибирском государственном университете».

## **10. Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине**

Перечень результатов обучения по дисциплине «Массовая коммуникация и общество» и индикаторов их достижения представлен в разделе 1.

### **10.1 Порядок проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине**

#### ***Текущий контроль успеваемости:***

Программой дисциплины «Массовая коммуникация и общество» запланировано выполнение:

- письменных проверочных работ в начале каждого семинара;
- контрольной работы;
- двух докладов по тематике семинарских занятий.

#### ***Промежуточная аттестация:***

Экзамен проводится устно по билетам. Условием доступа к экзамену является выполнение контрольной работы, двух докладов на семинарских занятиях и письменных проверочных работ.

*Описание критериев и шкал оценивания индикаторов достижения результатов обучения по дисциплине*

Таблица 10.1

<b>Код компетенции</b>	<b>Индикатор</b>	<b>Результат обучения по дисциплине</b>	<b>Оценочное средство</b>
------------------------	------------------	---	---------------------------



ОПК-7.	ОПК-7.1. Знать закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	<p>Знает основные научные подходы к изучению роли эффектов в медиасфере.</p> <p>Умеет обоснованно осуществлять оценку и прогнозирование эффектов воздействия массовой коммуникации на различные социальные аудитории.</p> <p>Владеет принципами социальной ответственности в своей профессиональной деятельности.</p>	<p>Письменная проверочная работа</p> <p>Контрольная работа</p> <p>Доклад</p> <p>Экзамен</p>
ОПК-8.	ОПК-8.1. Знать основные направления и школы научных исследований в сфере журналистики и медиа	<p>Знает концептуальные различия основных направлений и школ научных исследований в сфере журналистики и медиа; специфику разных аспектов массовой коммуникации и современного журнализма.</p> <p>Умеет корректно обращаться с результатами социологических исследований при их использовании в журналистских материалах.</p>	<p>Письменная проверочная работа</p> <p>Контрольная работа</p> <p>Доклад</p> <p>Экзамен</p>

Таблица 10.2

<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>	<b>Шкала оценивания</b>
<p>Полно и глубоко знает основные научные подходы к изучению роли эффектов в медиасфере; концептуальные различия основных направлений и школ научных исследований в сфере журналистики и медиа; специфику разных аспектов массовой коммуникации и современного журнализма. Свободно ориентируется в определении понятий и интерпретации базовых положений научных подходов.</p> <p>Умеет свободно и обоснованно осуществлять оценку и прогнозирование эффектов воздействия массовой коммуникации на различные социальные аудитории; свободно и корректно обращаться с результатами социологических исследований при их использовании в журналистских материалах.</p>	<p><i>Отлично</i></p>

<p>Свободно владеет принципами социальной ответственности в своей профессиональной деятельности.</p>	
<p>Знает основные научные подходы к изучению роли эффектов в медиасфере; концептуальные различия основных направлений и школ научных исследований в сфере журналистики и медиа; специфику разных аспектов массовой коммуникации и современного журнализма. Не допускает серьезных ошибок при определении понятий и интерпретации базовых положений научных подходов</p> <p>Умеет осуществлять оценку и прогнозирование эффектов воздействия массовой коммуникации на различные социальные аудитории; корректно обращаться с результатами социологических исследований при их использовании в журналистских материалах, не допуская серьезных методических ошибок.</p> <p>Владеет принципами социальной ответственности в своей профессиональной деятельности, не допуская серьезных ошибок в их интерпретации и понимании практических и нормативно-правовых последствий.</p>	<p><i>Хорошо</i></p>
<p>Знает некоторые научные подходы к изучению роли эффектов в медиасфере; некоторые концептуальные различия основных направлений и школ научных исследований в сфере журналистики и медиа; специфику некоторых аспектов массовой коммуникации и современного журнализма, допускает определенные ошибки в определении понятий и интерпретации базовых положений научных подходов.</p> <p>Умеет частично осуществлять оценку и прогнозирование эффектов воздействия массовой коммуникации на различные социальные аудитории; обращаться с результатами социологических исследований при их использовании в журналистских материалах, допуская определенные ошибки в плане корректного использования социологических данных.</p> <p>Частично владеет некоторыми принципами социальной ответственности в своей профессиональной деятельности, допуская некоторые ошибки в их интерпретации и понимании практических и нормативно-правовых последствий.</p>	<p><i>Удовлетворительно</i></p>
<p>Не знает основные научные подходы к изучению роли эффектов в медиасфере; не знает концептуальные различия основных направлений и школ научных исследований в сфере журналистики и медиа; не может определить специфику разных аспектов массовой коммуникации и современного журнализма, допускает грубые ошибки в определении понятий и интерпретации базовых положений научных подходов</p> <p>Не умеет осуществлять оценку и прогнозирование эффектов воздействия массовой коммуникации на различные социальные аудитории; а также обращаться с результатами социологических</p>	<p><i>Неудовлетворительно</i></p>

исследований при их использовании в журналистских материалах.	
---	--

Не владеет принципами социальной ответственности в своей профессиональной деятельности, допуская серьезные ошибки в их интерпретации и понимании практических и нормативно-правовых последствий.	
--	--

### **10.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения**

#### **Примеры письменных проверочных работ по дисциплине «Массовая коммуникация и общество»**

Изложите принципиальные отличия теоретико-методологического подхода критической теории анализа медиа от американской эмпирической медиасоциологии.

Как М. Кастельс определяет специфику информационного общества? Дайте содержательный ответ в свободной форме?

Раскройте теоретические предпосылки теорий конструирования медиареальности в социологической традиции.

#### **Примеры тем контрольных работ по дисциплине «Массовая коммуникация и общество»**

Чикагская школа социологии и ее вклад в исследования медиа.

Гарольд Лассуэлл как теоретик медиа и исследователь пропаганды.

Феномен спирали молчания.

Концепции активных аудиторий в социологии массовой коммуникации.

#### **Примеры докладов по дисциплине «Массовая коммуникация и общество»**

Конструирование социальных проблем в современных СМИ.

Семиотические подходы к анализу массовой коммуникации (на конкретном примере).

#### **Экзаменационные вопросы по дисциплине «Массовая коммуникация и общество»**

1. Опишите основные подходы к классификации медиатеорий.
2. Опишите становление и развитие медиаэкологии.
3. Раскройте базовые положения и принципы Торонтской школы медиаисследований.
4. Раскройте базовые положения культивационной теории Анненбергской школы и опишите их исследования медиаконтента.
5. Раскройте специфику Британской школы культурных исследований и ее вклад в критическую традицию изучения медиаиндустрии.
6. Опишите основные принципы исследовательской работы с новостным контентом в рамках GlasgowMedia Group.
7. Раскройте базовые положения социальной феноменологии как методологической основы конструктивистских подходов в медиаисследованиях.
8. Раскройте концептуальные основания и принципы конструктивистского подхода Д. Элтейда.
9. Опишите концепцию поля журналистики П. Бурдьё.
10. Опишите основные теории медиа-эффектов.

Оценочные материалы по промежуточной аттестации, предназначенные для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям СУОС, хранятся на кафедре-разработчике РПД в печатном и электронном виде.