# ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

## 1. Цель освоения дисциплины

Формирование систематизированного представления и роли средств масс-медиа в современном обществе, теории и методики журналистского творчества, которое является важной составляющей профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Теория и практика медиакоммуникаций» относится к базовой части блока дисциплин.
Для освоения дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Общественные и государственные институты в современном мире», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации», «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе», «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью», прохождения практик «Профессионально-ознакомительная практика», «Учебная практика: Практика получению первичных умений и навыков».
Освоение данной дисциплины является необходимой основой для прохождения практики «Преддипломная практика».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:
– способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2);
– способен организовывать продвижение продукции СМИ (ПК-2).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

***знать***
– понятие и особенности медиакоммуникаций, функциональные особенности массово-информационной деятельности;
– положение журналистики в системе социальных институтов;
– правовые и этические основы журналистской деятельности; регулирующие государственную политику в области медиакоммуникаций;
– понятие , признаки и типологию жанров в, систему аргументации и принципы композиции;

***уметь***
– ориентироваться в системе средств массовой коммуникации;
– ориентироваться в основных этапах развития журналистики;
– правовые и этические основы журналистской деятельности; регулирующие государственную политику в областимасс-медиа;
– составлять и анализировать журналистские тексты, работать с источниками информации, определять содержательно композиционную модель;

***владеть***
– понятийным аппаратом, используемым в журналистике;
– знаниями о информационном медиа-пространстве России;

– применять полученные знания в профессиональной деятельности;
– методикой журналистского творчества, методикой анализа композиции в различных жанрах.

**4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение**

количество зачётных единиц – 6,
общая трудоёмкость дисциплины в часах – 216 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 32 ч., СРС – 175 ч.),
распределение по семестрам – 4 курс, лето, 4 курс, зима,
форма и место отчётности – экзамен (4 курс, лето), зачёт (4 курс, зима).

**5. Краткое содержание дисциплины**

Медиакоммуникации и их роль в современном мире Система средств масс-медиа.
Понятие и признаки массовой информации. Источники информации. Стандарты качества информации. Медиакоммуникации как основной объект творческой деятельности журналиста. Информация ограниченного доступа. Функции массовой информации в современном обществе. Понятие о едином информационном пространстве. Особенности информационного пространства России

Особенности современного состояния журналистики как медиасистемы.
Журналистика как социальный институт общества. Особенности и основные - этапы развития журналистики и XX веке. Корпоративность и конкуренция как основные особенности социального института журналистики. Структура, основные понятия. Функции журналистики как социального института общества.

Профессионально-этические правила и законодательные нормы.
Деонтологические основы функционирования масс-медиа в демократическом обществе. Моральные нормы и нормы законодательные. Этические кодексы журналиста, их. Социальная позиция журналиста. Особенности личных и профессиональных качеств журналиста. Понятие компромата. Проблема скрытой рекламы. Паблик рилейшнз и журналистика

Система медиа жанров. Композиция и аргументация в произведении.
Система жанров в журналистике: функции, основные группы. Определение жанра. Традиционное жанровое деление. Их становление и место в классификации СМК. Работа с источниками информации. Документальное подтверждение информации. Ссылка на источники. Логическая аргументация . Основные принципы композиции

**6. Разработчик**

Овсянникова Татьяна Владимировна, канд. социол. наук, доцент кафедры социальной работы.