

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:  
Декан  
В.В. Мацура

Рабочая программа дисциплины

**Теория и практика массовой информации**

по направлению подготовки / специальности

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:  
**Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации**

Форма обучения  
**Очная**

Квалификация  
**Специалист по рекламе и связям с общественностью**

Год приема  
**2025**

СОГЛАСОВАНО:  
Руководитель ОП  
И.В. Гужова

Председатель УМК  
М.А. Подойницина

Томск – 2025

## **1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РООПК-5.1 Знает структуру медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, понимает политические и экономические механизмы их функционирования

РООПК-5.2 Умеет выбирать эффективные медиаканалы и средства для выстраивания рекламных и (или) PR-коммуникаций с учетом особенностей медиакоммуникационных систем региона, страны, мира, а также политических и экономических механизмов их функционирования

## **2. Задачи освоения дисциплины**

- Освоить понятийный аппарат медиакоммуникации и журналистики.
- Научиться применять этот понятийный аппарат для встраивания в медиакоммуникационные системы региона, для эффективного выбора медиаканалов и средств массовой информации при выстраивании рекламных и (или) PR-коммуникаций.

## **3. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы.

## **4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине**

Девятый семестр, зачет с оценкой

## **5. Входные требования для освоения дисциплины**

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Основы теории коммуникации», «Социология массовых коммуникаций», «Социальные медиа» и «Технологии управления общественным мнением»

## **6. Язык реализации**

Русский

## **7. Объем дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 часов,  
-лекции: 8 ч.

-практические занятия: 24 ч.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

## **8. Содержание дисциплины, структурированное по темам**

### **Тема 1. Особенности современного состояния медиапространства.**

Краткое содержание темы. Понятие средств массовой информации и массмедиа сегодня в России и за рубежом. Социальные функции массмедиа и профессиональный долг журналиста. Проблемы общественного мнения, свободы прессы, государственного и общественного контроля за СМИ. Принципы объективности, профессионализм и ответственность. Традиции «объективного репортажа», «журналистика фактов» и «журналистика мнений».

## **Тема 2. Медиа и массовая коммуникация.**

Краткое содержание темы. Общение как передача символьических форм, свойств общения, познание – общение – сотрудничество: модель К. Фукса. Основное отличие в массовой коммуникации. Свойства СМИ. Место массовой коммуникации на уровнях коммуникации. Основные медиажанры. Развитие основных медиажанров. Формы коммуникации и их развитие. Отличие коммуникации у животных от коммуникации у людей. Основные формы коммуникации и их эволюция. Основные трансформации жеста, речи, изображения, письменности и носителей письменности как способов коммуникации. Эффективность письма и эволюция письменности от идеографических к силлабическим письменностям.

## **Тема 3. Медиаизменения в связи с экономическим и политическим развитием обществ.**

Краткое содержание темы. Виды власти и отношения медиа с ними. Функции медиа и коммуникаций на микроэкономическом уровне: обслуживание обмена. Медиа и коммуникации как информация о рыночных альтернативах. Медианосители и трансформация форм социальной организации. Медиа и коммуникации и их роль в порядках закрытого и открытого доступа. Медиа и развитие национальных государств. Роль медиа в аппаратах принуждения. Массовые медиа. Институты контроля массовых коммуникаций. Формы цензуры в Средневековье; Контроль университетских книжных корпораций как форма цензуры; Трансформация роли церкви в регулировании идеологических норм; Роль книгопечатания в мировой культуре; в эпоху Возрождения; в движении Реформации; Французская система регулирования прессы. Французский принцип свободы печати; Британский принцип свободы печати; Американский принцип свободы печати. Крупные концерны XX в. и контроль прессы; Массовая пресса и ее роль в конце XIX в.; Пропаганда XX в.; Появление радио и телевидения как предприятий медиа; Особенности развития медиарынков европейских стран во второй половине XX в.; Роль медиа в трансформации постсоветской России

## **Тема 4. Основные каналы медиакоммуникаций: исторический аспект.**

Краткое содержание темы. Книга как медианоситель. Эволюция формы книги как медианосителя. Трансформация внешнего вида книги после появления книгопечатания. Трансформация форм библиотек. Организационные формы книжного промысла. Роль книгопечатания в социальных изменениях. Телеграф, телефон, фотоаппарат и фонограф. Оптический телеграф и его социальное значение. Оптический телеграф как административный канал коммуникации. Электрический телеграф как корпоративная система. Телефон и телеграф: борьба двух коммуникационных систем. Технологии «сохранения» изобразительной (фото и кино) и аудиальной (фонограф) информации. Трансформация форм музыкальной практики в XIX в. и устройства, ее облегчающие. Особенность кино, как медиа. Специфика радио и телевидения как медиаиндустрий. Сетевое телерадиовещание как понятие. Организация сетевого телерадиовещания. Классическая система студий Голливуда. Американская, европейская и советская школы монтажа. Понятие экранного искусства. Важные изменения в представлениях человека о пространстве и времени, которые принесли технические средства массовой коммуникации

## **Тема 5. Основные каналы медиакоммуникаций: современный этап.**

Краткое содержание темы. Основные типы СМИ: периодическая печать, телевидение и радиовещание, информационные агентства, мультимедийные редакции, иммерсивные проекты и другие «новые медиа». Универсальные и специализированные, государственные и негосударственные, качественные и массовые, местные, региональные,

федеральные и транснациональные СМИ. Явление кросс-платформенных и конвергентных медиа. «Социальные медиа» как часть современного медиаландшафта.

**Тема 6. Трансформация профессии журналиста в эпоху мультимедиа.**

Краткое содержание темы. СМИ и медиа: модели взаимодействия (трансляционная и коммуникационная). Трансформация коммуникационных каналов. «Журналистика продукта» и «журналистика процесса». Аудитория как соавтор.

**Тема 7. Стереотипные представления о массовой коммуникации.**

Краткое содержание темы. Выявление стереотипных представлений и установок студентов, обсуждение и дискуссия.

**Тема 8. Жанровая система журналистики, массмедиа и социальных сетей сегодня.**

Краткое содержание темы. Природа жанров словесного высказывания. Жанровые системы в периодической печати, на радио и телевидении. Нежурналистские жанры СМИ. Трансформация жанров в «новых медиа». «Поликодовый» текст и мультимедийная журналистика.

**Тема 9. Особенности работы с журналистским материалом.**

Краткое содержание темы. Структура журналистского произведения. Этапы работы над журналистским продуктом. Факты и мнения: в чем разница. Работа с фактами. Сторителлинг. Приемы письма. Инструменты мультимедиа для массовой коммуникации.

**Тема 10. Взаимодействие PR-специалистов со СМИ и журналистами**

Краткое содержание темы. Коммуникация PR-агентств, пресс-служб и отделов рекламы со СМИ. Цели, функции и задачи каждой из сторон. Возникающие проблемы и противоречия, способы их преодоления. Встречи с представителями профессионального сообщества Томска (специалисты пиар и пресс-служб, журналисты).

**Тема 11. Разработка информационной компании.**

Краткое содержание темы. Особенности разработки медиастратегии/медиаплана/медиапродукта с учетом обозначенной целевой аудитории во взаимодействии со СМИ. Практическое применение полученных знаний и навыков при решении реального кейса их томского медиапространства (по договоренности с конкретной организацией, учреждением). Разработка медиастратегии. Подготовка к защите и защита решения (командная работа).

## **9. Текущий контроль по дисциплине**

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, семинарских занятий, деловой игры по теме «Стереотипные представления о массовой коммуникации», выполнения домашних заданий, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

## **10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации**

Зачет с оценкой в девятом семестре проводится в виде письменной работы или в виде защиты итогового кейса (с привлечением внешних экспертов).

Результаты текущего контроля влияют на форму зачета и итоговую оценку. Набранные баллы за семестр суммируются (баллы за защиту итогового кейса входят в общие баллы). При достижении базового порога баллов и в случае защиты кейса студент

может претендовать на положительную оценку в соответствии с баллами (40-60 — удовлетворительно, 61-79 — хорошо, 80-100 — отлично). Студенты, получившие ниже 40 баллов, сдают зачет в форме письменного эссе.

Итоговый кейс решается по договоренности с конкретной организацией/компанией, давшей свое согласие на взаимодействие со студентами в рамках обучения по данной дисциплине. Работа выполняется в командах, соответственно запланированным обязательным этапам. Кейс защищается на открытой защите в присутствии представителей организации/компании и представляется в форме выступления с презентацией. Работа размещается в соответствующий форум с заданием в электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle».

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

## **11. Учебно-методическое обеспечение**

- а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>
- б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.
- в) План семинарских / практических занятий по дисциплине.
- д) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

## **12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет**

- а) основная литература:
  - Ахмадулин Е.В. Основы теории журналистики: учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2018. 358 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/osnovy-teorii-zhurnalistiki-414295>
  - Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. М.: ИД ВШЭ, 2017. 422 с.
  - Корконосенко С.Г. Введение в журналистику: учебное пособие. М.: Кнорус, 2019. 270 с. [Бакалавриат].
  - Основы журналистской деятельности: учебник для академического бакалавриата / Под ред. С.Г. Корконосенко. М.: Юрайт, 2018. 332 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/osnovy-zhurnalistskoy-deyatelnosti-412815>

- б) дополнительная литература:
  - Клюев Е.В. Радиожурналистика. Основы профессии. СПб., 2015. 150 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000553594/000553594.pdf>
  - Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 374 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000554242/000554242.pdf>
  - Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Практис, 2005. 254 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000226585/000226585.pdf>
  - Мисонжников Б.Я., Тепляшина А.Н. Журналистика. Введение в профессию. СПб.: Питер, 2014. 265 с.
  - Олецко Е.В. Конвергентная журналистика: Профессиональная культура субъектов информационной деятельности. М.: Флинта, Наука, 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sun.tsu.ru/limit/2018/000623317/000623317.pdf>
  - Свитич Л.Г. Введение в специальность. Профессия: Журналист. Учебное пособие. М.: Аспект-пресс, 2012. 253 с.

- Свистич Л.Г. Социология журналистики: учебник для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2018. 397 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/sociologiya-zhurnalistiki-413362>
- Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы: Представления о том, какой должна быть пресса и чем ей следует заниматься, в авторитарной и либертарианской теориях и в концепциях социальной ответственности и советского коммунизма / Ред. Я.Н. Засурский. М.: Вагриус, 1998. 223 с.
- Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие. М.: Аспект-пресс, 2011. 319 с.
- Типология периодической печати / Под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. М.: Аспект-пресс, 2009. 234 с.
- Цвик Л.В. Телевизионная журналистика. М.: Юнити-Дана, 2009. 492 с.
- Шостак М.И. Новостная журналистика. Новости прессы. Учебник и практикум. М.: Юрайт, 2018. 192 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/novostnaya-zhurnalistika-novosti-pressy-411519>
- McQuail D. Mass Communication Theory: an Introduction. London, since 1983. 245 p.

- в) ресурсы сети Интернет:
- открытые онлайн-курсы
  - Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ - [www.gks.ru](http://www.gks.ru)
  - Официальный сайт Всемирного банка - [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)
  - Общероссийская Сеть КонсультантПлюс Справочная правовая система. <http://www.consultant.ru>

### **13. Перечень информационных технологий**

- а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:
- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
  - публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).
- б) информационные справочные системы:
- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
  - Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
  - ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
  - ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
  - Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
  - ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
  - ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>
  - Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru/>
  - Электронно-библиотечная система национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
- в) профессиональные базы данных (при наличии):
- Университетская информационная система РОССИЯ – <https://uisrussia.msu.ru/>
  - Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) – <https://www.fedstat.ru/>

– РосНавык — мониторинг рынка труда в России - <https://rosnavyk.ru/>

#### **14. Материально-техническое обеспечение**

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные и семинарские занятия; другая техника для презентаций учебного материала.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешенном формате («Актру»).

#### **15. Информация о разработчиках**

Азарова В.Н., ст. преподаватель кафедры теории и практики журналистики ФЖ НИ ТГУ, руководитель Школы молодого журналиста ФЖ НИ ТГУ.  
Рецензент: Кужелева-Саган И.П., доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социальных коммуникаций НИ ТГУ