

Документы
Информация о владельце: **Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Самарский государственный экономический университет"**
ФИО: Кандрашина Елена Александровна
Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дата подписания: 15.09.2026 12:32:21
Уникальный программный ключ:
2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «МЕДИАТИЗАЦИЯ КУЛЬТУРЫ»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль) подготовки: Медиакоммуникации

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: 4 года

Объем:
в зачетных единицах: 2 з.е.
в академических часах: 72 ак.ч.

г. Самара, 2026

Разработчики:

Доктор исторических наук Алексушин Г. В.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 527, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Специалист по информационным ресурсам", утвержден приказом Минтруда России от 19.07.2022 № 420н; "Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации", утвержден приказом Минтруда России от 28.10.2014 № 811н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Институт маркетинга, логистики и сервиса	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Яхнеева И. В.	Рассмотрено	30.06.2026, № 17

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

Задачи изучения дисциплины:

- Изучить терминологический аппарат дисциплины;
- Освоить структуру, особенности и имеющиеся проблемы изучаемого дисциплиной экономико-социального объекта;
- Научиться пользоваться методологией и навыками, необходимыми в практической деятельности в рамках дисциплины.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ПК-3 Способен разрабатывать планы продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, организовывать проведение рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга

ПК-3.1 Разрабатывает планы продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы

Знать:

ПК-3.1/Зн1 Планов продвижения продукции

Уметь:

ПК-3.1/Ум1 Разрабатывать планы продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, организовывать проведение рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга

Владеть:

ПК-3.1/Нв1 Производства продукции телерадиовещательных средств массовой информации и продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания

ПК-4 Способен управлять информационными ресурсами

ПК-4.2 Управляет информационными ресурсами

Знать:

ПК-4.2/Зн1 Знает принципы и способы управления информационными ресурсами

Уметь:

ПК-4.2/Ум1 Умеет работать с источниками информации и использовать способы управления информационными ресурсами

Владеть:

ПК-4.2/Нв1 Владеет навыками работы с источниками информации и навыками использования способов управления информационными ресурсами

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Медиатизация культуры» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 8. В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
ПК-3 - Способен разрабатывать планы продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, организовывать проведение рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга		
ПК-3.1 Разрабатывает планы продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы	Консультационный проект, Медиапланирование, Медиатизация общества, Основы медиапроизводства, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Продвижение медиапроектов и продуктов СМИ, Производственная практика: преддипломная практика, Производственная практика: профессионально-творческая практика	Консультационный проект, Медиатизация общества, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: преддипломная практика
ПК-4 - Способен управлять информационными ресурсами		
ПК-4.2 Управляет информационными ресурсами	Коммуникативные функции в искусстве, Консультационный проект, Медиа и культурные практики, Медиатизация общества, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: преддипломная практика, Производственная практика: профессионально-творческая практика, Теория и практика коммуникаций	Консультационный проект, Медиатизация общества, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: преддипломная практика

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Восьмой семестр	72	2	36	18	18	0,15	17,85	Зачет
Всего	72	2	36	18	18	0,15	17,85	18

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий (часы промежуточной аттестации не указываются)

		занятия	занятия	ная работа
--	--	---------	---------	------------

Наименование раздела, темы	Всего	Лекционные з	Практические	Самостоятель
Раздел 1. Создание медиаресурсов	27	9	9	9
Тема 1.1. Создание медиаресурсов	27	9	9	9
Раздел 2. Продвижение меидаресурсов	26,85	9	9	8,85
Тема 2.1. Продвижение меидаресурсов	26,85	9	9	8,85

5.2. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля/Оценочное средство
Текущий контроль	Тестирование
Промежуточная аттестация	Зачет

№ п/п	Наименование раздела	Вид контроля/ используемые оценочные материалы	
		Текущий	Промежут. аттестация
1	Создание медиаресурсов	Тестирование	Зачет
2	Продвижение меидаресурсов	Тестирование	Зачет

6. Оценочные материалы текущего контроля

1. Создание медиаресурсов Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Выберите правильный ответ из 4-х предложенных: Что, согласно концепции С. Хьерварда, является ключевым отличием «медиатизированной культуры» от «культуры с медиа»? 1) Медиа становятся не просто каналом, а средой обитания человека 2) Медиа используются только для развлечения 3) Люди перестают читать книги 4) Исчезает авторское право Ответ: 1		ПК-3
2	Выберите правильный ответ из 4-х предложенных: Какой феномен иллюстрирует тезис Н. Постмана «Развлекая себя до смерти» применительно к медиатизации культуры? 1) Увеличение продаж книг 2) Превращение серьезных общественных дискуссий в инфотейнмент (развлекательное шоу) 3) Развитие театрального искусства 4) Улучшение качества журналистских расследований Ответ: 2		ПК-3
3	Выберите правильный ответ из 4-х предложенных: Как алгоритмы рекомендаций (YouTube, TikTok) влияют на культурное потребление? 1) Формируют фрагментированные вкусы и персонализированные «пузыри фильтров» 2) Создают единую гомогенную культуру для всех 3) Полностью исключают влияние человеческого выбора 4) Способствуют только потреблению классической музыки Ответ: 1		ПК-3

4	Выберите правильный ответ из 4-х предложенных: Кто ввел понятие «глобальная деревня», предсказав возврат к коллективному сознанию через электронные медиа? 1) Маршалл Маклюэн 2) Теодор Адорно 3) Макс Вебер 4) Пьер Бурдьё		ПК-3
	Ответ:	1	
5	Выберите правильный ответ из 4-х предложенных: Медиатизация религии проявляется в: 1) Создании онлайн-церквей и трансляции богослужений, адаптации проповедей под формат подкастов 2) Полном отказе религии от использования букв 3) Превращении всех священников в блогеров 4) Исчезновении религиозных текстов		ПК-3
	Ответ:	1	
6	Установите верное соответствие Установите соответствие между автором и ключевым для его теории понятием: 1. Ги Дебор 2. Джон Бергер 3. Аби Варбург 4. Ролан Барт А. «Формулы пафоса» Б. «Общество спектакля» В. «Взгляд мужчины» Г. «Смерть автора»		ПК-3
	Ответ:	1 - Б 2 - В 3 - А 4 - Г	
7	Установите верное соответствие Соотнесите название метода или подхода в истории искусства с его главным представителем: 1. Формальный метод 2. Иконология 3. «История искусства как история духа» 4. «Северный» (описательный) модус репрезентации А. Эрвин Панофский Б. Генрих Вёльфлин В. Светлана Алперс Г. Макс Дворжак		ПК-3
	Ответ:	1 - Б 2 - А 3 - Г 4 - В	
8	Установите верное соответствие Установите соответствие между термином и его определением в контексте медиатизации: 1. «Снэкификация» 2. Датификация 3. Платформизация 4. Глубокая медиатизация А. Процесс перевода социальных и культурных активностей в количественные данные. Б. Структурное измерение, при котором социальные потоки проходят через алгоритмы глобальных платформ. В. Частое потребление микровидео-нарративов (видеоблоги, гифки) в короткие промежутки времени. Г. Проникновение медиа в интимные сферы жизни, где потребление происходит наряду с мобильностью.		ПК-3
	Ответ:	1 - В 2 - А 3 - Б 4 - Г	
9	Установите правильную последовательность Расположите этапы изменения структуры потребления контента: 1) Потребление длинных нарративов (фильмы, книги) 2) Просмотр коротких вертикальных роликов (Reels, TikTok) 3) Клиповый монтаж в музыкальных видео (MTV) 4) Переключение между вкладками браузера (мультизадачность)		ПК-3
	Ответ:	1 - 4 - 3 - 2	

10	Установите правильную последовательность Организация онлайн-экспозиции: 1) Написание этикеток и медиа-текстов 2) Выбор арт-объектов и художников 3) Проектирование пользовательского интерфейса (навигации) 4) Сборка VR-пространства или веб-галереи	ПК-3
	Ответ: 4 - 3 - 2 - 1	
11	Напишите правильный ответ на вопрос одним словом Как называется современная художественная практика, использующая в качестве материала готовые образы массовой культуры (реклама, комиксы, упаковка)?	ПК-3
	Ответ: поп-арт	
12	Напишите правильный ответ на вопрос одним словом Как называется свойство медиа, при котором образ подменяет собой реальный объект, становясь важнее оригинала?	ПК-3
	Ответ: симулякр	
13	Напишите правильный ответ на вопрос одним словом Как называется теория, утверждающая, что само средство передачи информации (канал) важнее её содержания?	ПК-3
	Ответ: медиум	
14	Напишите правильный ответ на вопрос одним словом Как называется пространство в интернете, где пользователи взаимодействуют через аватары и визуальные объекты?	ПК-3
	Ответ: метавселенная	
15	Напишите правильный ответ на вопрос одним словом Как называется формат видео, характеризующийся короткой длительностью и вертикальной ориентацией экрана?	ПК-3
	Ответ: риле	

2. Продвижение меидаресурсов Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Выберите правильный ответ из 4-х предложенных: Понятие «datafication» (датафикация) в культуре означает: 1) Изучение древних рукописей 2) Превращение всех аспектов жизни (включая эмоции и отношения) в цифровые данные, подлежащие сбору и анализу 3) Уничтожение серверов 4) Искусство рисования пикселями	2	ПК-4
	Ответ:		
2	Выберите правильный ответ из 4-х предложенных: Критики медиатизации указывают на феномен «клипового мышления». Он характеризуется: 1) Способностью глубоко анализировать длинные философские тексты 2) Восприятием мира через короткие, яркие, сменяющие друг друга образы, не требующие логического осмысления 3) Повышением уровня грамотности 4) Развитием ораторского искусства	2	ПК-4
	Ответ:		
3	Выберите правильный ответ из 4-х предложенных: Согласно медиатизационной теории, «медиа-логика» — это: 1) Физические законы работы радиоэлектроники 2) Специфические правила, форматы, ритмы и эстетика производства медиаконтента, влияющие на реальность 3) Единственно верная мораль в журналистике 4) Закон об авторских правах	2	ПК-4
	Ответ:		
4	Выберите правильный ответ из 4-х предложенных: Что такое «фан-культура» в эпоху медиатизации? 1) Пассивное потребление фильмов 2) Активное творческое сообщество, которое создает вокруг контента свой собственный мир (арты, фанфики, теории) в цифровой среде 3) Исключительно подражание моде 4) Культура профессиональных критиков	2	ПК-4
	Ответ:		

5	Выберите правильный ответ из 4-х предложенных: Как медиатизация трансформирует чувство времени у человека? 1) Время становится цикличным, как в аграрных обществах 2) Возникает ощущение «ускорения» и сиюминутности событий (news fatigue), прошлое быстро устаревает 3) Время останавливается 4) Время течет только в прямом эфире	ПК-4
	Ответ: 2	
6	Установите верное соответствие Сопоставьте концепцию медиатизации с ее описанием: 1. Медиатизация 2. Платформизация 3. Диффузионистская модель 4. «Снэкификация» А. Выход когнитивного процесса вовне, обретение им автономии и циркуляция во времени, превращая изображения в феномен технической медиатизации. Б. Частое потребление микровидеоисторий (блоги, гифки, tutorиалы) в короткие временные промежутки в течение дня. В. Структурное измерение визуальной коммуникации, когда социальные потоки направляются через корпоративные экосистемы, управляемые алгоритмами и данными. Г. Коммуникационная система «один ко многим» (вещание), где один продукт направлен неопределенному числу пользователей	ПК-4
	Ответ: 1 - А 2 - В 3 - Г 4 - Б	
7	Установите верное соответствие Сопоставьте термин, описывающий феномен культуры, с его значением: 1. Кич 2. Камп 3. Массовая культура 4. Народная культура А. Визуальные артефакты, которые оцениваются как имеющие малую или нулевую эстетическую ценность. Б. Перекодирование кича как ценного, видение его ценности через его статус, связанный с классовыми стандартами «дурного вкуса». В. Создается профессиональными дизайнерами и художниками для массового потребления. Г. Традиционная культура сельских обществ, находящаяся в упадке	ПК-4
	Ответ: 1 - А 2 - Б 3 - В 4 - Г	
8	Установите верное соответствие Сопоставьте исторический этап с ключевой характеристикой статуса изображения: 1. Античное искусство (до перспективы, 1425 г.) 2. Эпоха перспективы (середина XV - XVIII вв.) 3. Современная эпоха технического развития (фотография, кино) 4. Постсовременная эпоха электронных технологий (компьютер, цифровые изображения) А. Изображение имеет ценность как кодификация знаний, наука и искусство связаны через перспективу. Б. Изображение имеет ценность благодаря своей доступности, изменчивости и информационному статусу. В. Роль в ритуале и культовая ценность, связанная с уникальностью произведения. Г. Возникновение новых возможностей репродукции изображений	ПК-4
	Ответ: 1 - В 2 - А 3 - Г 4 - Б	
9	Установите правильную последовательность Как менялась роль аудитории в системе визуальной культуры? 1) Соавтор и дистрибьютор контента (просьюмер) 2) Пассивный созерцатель музейных экспонатов 3) Зритель-интерпретатор (кинотеатры, ТВ) 4) Пользователь-генератор (UGC-платформы)	ПК-4
	Ответ: 2 - 3 - 4 - 1	

10	Установите правильную последовательность Как менялась репрезентация событий в СМИ под влиянием визуального поворота? 1) Текстовая заметка без иллюстраций 2) Лонгрид с инфографикой и фото 3) Прямой эфир (стриминг) с комментариями 4) Фотография с подписью (фоторепортаж)		ПК-4
	Ответ:	1 - 4 - 2 - 3	
11	Напишите правильный ответ на вопрос одним словом Как называется эстетика, основанная на нарочитой небрежности, любительском качестве и "сырых" кадрах?		ПК-4
	Ответ:	лоу-фай	
12	Напишите правильный ответ на вопрос одним словом Как называется тип культуры, ориентированный на массового потребителя и транслируемый через экраны?		ПК-4
	Ответ:	медиакультура	
13	Напишите правильный ответ на вопрос одним словом Как называется одновременное существование множества визуальных стилей и платформ в современном мире?		ПК-4
	Ответ:	палистилизм	
14	Напишите правильный ответ на вопрос одним словом Как называется искусство создания шрифтов и их гармоничного размещения?		ПК-4
	Ответ:	типографика	
15	Напишите правильный ответ на вопрос одним словом Как называется эффект привыкания к насилию на экране, снижающий эмпатию?		ПК-4
	Ответ:	десенсибилизация	

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Зачет восьмой семестр

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Ответьте на вопрос Что такое медиатизация?		ПК-3, ПК-4
	Ответ:	Медиатизация — это фундаментальный долгосрочный социальный процесс, в ходе которого средства массовой информации становятся главным институтом влияния и проникают во все остальные сферы общества (политику, экономику, культуру, повседневность), подчиняя их своей логике. Ключевые аспекты (для ответа): 1. Не путать с медиавоздействием: Это не просто влияние СМИ на аудиторию, а изменение самих правил игры в других институтах (например, политики вынуждены подстраиваться под законы телевизионного шоу или хайпа в соцсетях). 2. Логика медиа: Процесс означает, что события получают общественное значение только после того, как были освещены в СМИ. То, что не попало в медиа, «не существует» для общества. 3. 4 стадии (по Хьярварду): • Встраивание (медиа становятся незаменимым источником информации); • Зависимость (институты не могут работать без медиа); • Проникновение (медиа-логика распространяется на все сферы); • Аккомодация (институты полностью перестраиваются по законам медиа). 4. Последствия: Стирание граней между реальностью и её медийным образом, фрагментация сознания, клиповое мышление, превращение зрителя в «продюсера» контента (в эпоху Web 2.0). Медиатизация — это не просто технология, а новая культурная среда, в которой мы живем, где медиа выступают главным посредником между человеком и реальностью.	
2	Ответьте на вопрос В чём особенности медиатизации культуры?		ПК-3, ПК-4

	Ответ: Особенности медиатизации культуры: 1. Трансформация способов трансляции (Сдвиг от текста к экрану). Культура перестает существовать в «чистом» виде (книги, ритуалы) и воспроизводится исключительно через медиа. Экран становится главной «площадкой» существования культурных смыслов. 2. Гибридизация и «клиповость». Культура теряет иерархичность (деление на элитарную и массовую). Происходит смешение жанров, стилей и языков. Информация подается фрагментарно, что формирует клиповое мышление — восприятие реальности как череды коротких, визуально насыщенных образов. 3. Стирание граней (Виртуализация). Медиа не просто отражают культуру, а конструируют ее. Стирается различие между реальным событием и его медийным образом (симулякры по Бодрийяру). Медиареальность становится более значимой, чем объективная реальность. 4. Интерактивность и демократизация. Потребитель культуры становится ее соавтором (пользовательский контент, комментарии, мемы). Культура становится горизонтальной: авторитет экспертов падает, а успех зависит от виральности и активности аудитории. 5. Изменение темпоральности. Культура ускоряется (актуальное сегодня — устаревает завтра). Преобладает ориентация на «настоящее» и краткосрочные тренды, исчезает глубокая связь с исторической традицией. 6. Визуализация. Вербальные (словесные) формы уступают место визуальным (имидж, картинка, эстетика кадра становятся важнее содержания). Медиатизация делает культуру totally зависимой от технологий, массовой и фрагментированной, превращая ее в непрерывный поток информации, где главным становится не смысл, а способ его подачи и вовлеченность аудитории.	
3	Ответьте на вопрос История медиатизации культуры Ответ: История медиатизации культуры — это процесс постепенной трансформации культурных практик и коммуникаций под влиянием развития средств массовой информации (медиа), в ходе которого медиа перестают быть просто «каналом» передачи и становятся средой обитания культуры. Основные этапы (по С. Хьярварду): 1. Архаическая медиатизация (письменность): Появление письменности отделяет знание от устной памяти, создает элитарную культуру (жрецы, летописцы) и фиксирует мифы. 2. Модернистская медиатизация (печать, XV–XIX вв.): Изобретение книгопечатания (Гутенберг) делает культуру тиражируемой. Возникает национальное самосознание (единый язык), публичная сфера (газеты) и индивидуализированное чтение. 3. Медиатизация модерна (электронные СМИ, XX в.): Радио и ТВ создают «электронное племя» (М. Маклюэн). Культура становится синхронной и массовой. Формируются общенациональные повестки дня, стираются региональные различия. 4. Цифровая / тотальная медиатизация (Интернет, XXI в.): Медиа проникают во все сферы (образование, политика, быт). Границы между реальностью и виртуальностью стираются. Культура становится фрагментированной, интерактивной и визуальной. Ключевые теоретики: ● М. Маклюэн («Медиа есть сообщение»): форма медиа важнее содержания (алфавит породил линейное мышление, ТВ — «глобальную деревню»). ● Ж. Бодрийяр: медиа порождают гиперреальность, где копии (симулякры) замещают оригиналы. ● Н. Луман: медиа формируют то, что общество считает реальностью, структурируя наше внимание. История медиатизации — это история перехода от культуры как текста (зафиксированного знания) к культуре как потоку (непрерывное производство контента), где главным ресурсом становится не информация, а внимание аудитории.	ПК-3, ПК-4
4	Ответьте на вопрос Газеты, их история и их роль в медиатизации	ПК-3, ПК-4

	Ответ: 1. Историческая эволюция (кратко): ● XVII век (Зарождение): Первые печатные периодические издания (газеты) появляются в Европе (Германия, Голландия). Они носят характер коммерческих бюллетеней и сводок новостей для купцов. ● XIX век («Партийная» и «Качественная» пресса): Бурный рост благодаря удешевлению бумаги и росту грамотности. Газеты делятся на партийные (выражают мнение групп) и качественные (ориентир на факты, аналитику). Появление первых информационных агентств (Reuters, AFP). ● Конец XIX – XX век («Желтая пресса»): Переход к массовой аудитории. Появляются сенсационность, слоганы, иллюстрации. Газета становится товаром широкого потребления. ● Конец XX – начало XXI века (Кризис): С приходом ТВ и особенно Интернета тиражи падают. Газеты уходят в онлайн, трансформируются в мультимедийные платформы. 2. Роль газет в медиатизации (ключевой аспект ответа): Медиатизация — это процесс, при котором все сферы жизни общества подчиняются логике медиа. Газеты сыграли в этом фундаментальную роль: ● Стандартизация языка и времени: Газеты ввели единые нормы языка, создали «повестку дня» (Agenda-setting) — люди начали обсуждать одни и те же темы в одно и то же время. ● Формирование «Воображаемых сообществ»: (По Б. Андерсону) — именно ежедневная газета, читаемая за завтраком, создала у нации чувство общей синхронизации и принадлежности к единому государству. ● Институционализация публичной сферы: Газеты создали площадку для общественного диалога (письма читателей, колонки), превратив частные мнения в общественно значимые. ● Легитимация фактов: Исторически именно газета придала событию статус «доказанного факта». Цитата в газете долгое время была синонимом достоверности. 3. Современная трансформация: Сегодня газеты утратили монополию на скорость, но сохранили ключевую роль арбитра фактов (факт-чекинг) и глубинной аналитики. В эпоху цифровой медиатизации они стали не столько источником новостей, сколько фильтром смыслов, задавая интерпретацию событий для других медиа (ТВ и соцсетей). Газеты — это исторический двигатель медиатизации, превративший разрозненную толпу в публику, задавший ритм жизни общества и заложивший принципы объективности, без которых современный цифровой мир был бы хаосом.	
5	Ответьте на вопрос Журналы, их история и их роль в медиатизации Ответ: 1. Историческая эволюция журналов ● XVII–XVIII вв. (Элитарный этап): Появление первых литературно-политических журналов («Журналь де Саван» во Франции, «Татлер» в Англии). Это инструмент интеллектуальной элиты для дискуссий о науке и политике. ● XIX в. (Массовый этап): «Журнальная революция» связана с ростом грамотности и дешевизной печати. Появляются «толстые» литературные журналы (влияние на общественную мысль в России) и узкоспециализированные издания (для женщин, науки, юмора). ● XX в. (Золотой век): Эра глянца и фоторепортажа (Life, Vogue, Time). Журналы становятся главным рекламным носителем и творцом стилей жизни, формируя массовую культуру. ● Конец XX – XXI в. (Цифровой этап): Кризис печатной модели из-за интернета. Эволюция в онлайн-версии, дайджесты и мультимедийные платформы (подкасты, видео). 2. Ключевые социальные функции журналов ● Периодичность и глубина: В отличие от газет (оперативность), журналы дают аналитику и контекст событий. ● Архивация: Фиксация духа времени, ценностей и трендов определенной эпохи. ● Дифференциация: Деление аудитории на узкие ниши (по интересам, профессии, возрасту), создание «сообществ по чтению». 3. Роль журналов в медиатизации общества ● Конструирование реальности: Журналы не просто отражают, а создают социальную реальность через выбор тем, образов и оценок (эффект повестки дня). ● Стандартизация вкусов: Глянец тиражирует эталоны красоты, успеха и потребления, превращая социальные нормы в медийные шаблоны. ● Институционализация: Журналы стали первым институтом, где массовое сознание научилось мыслить «медийными жанрами» (интервью, репортаж, колонка). ● Мост к цифре: В современной медиатизации журналы выполняют роль «фильтра качества» — их бренд (даже в соцсетях) сохраняет функцию легитимации информации в противовес «мусорному» контенту. Эволюция журналов — это путь от элитарного дневника к массовому конструктору повседневности. В эпоху тотальной медиатизации журналы утратили монополию на скорость, но усилили роль интерпретатора и арбитра вкуса, транслируя не факты, а смыслы и нарративы, которые встраиваются в повседневное сознание человека.	ПК-3, ПК-4
6	Ответьте на вопрос Радио, его история и роль в медиатизации	ПК-3, ПК-4

	Ответ: 1. История развития (этапы) ● Техническое изобретение (1890-е гг.): Открытие электромагнитных волн (Герц), создание первого приемника (Попов) и беспроводного телеграфа (Маркони). Изначально использовалось как военное и судовое средство связи (спасение «Титаника»). ● Период вещания (1920-е гг.): Появление первых коммерческих и государственных радиостанций (США, Европа, СССР). Радио становится средством массовой информации, доступным для широкой публики. ● «Золотой век» (1930–1950-е гг.): Доминирование радио как главного источника новостей и развлечения (музыка, сериалы). Выполняло функцию «семейного очага». Огромная роль как пропагандистского инструмента во время Второй мировой войны (выступления Черчилля, Левитана). ● Эра телевидения (1960–1990-е гг.): Потеря лидерства, уход в нишу фонового медиа (преимущественно музыка и новости в дороге/на работе). ● Цифровая трансформация (2000-е – наст. вр.): Переход на FM/цифровое вещание (DAB), появление подкастов и интернет-радио, возвращение интерактивности. 2. Роль в медиатизации (ключевые функции) Медиатизация — это процесс, при котором медиа становятся главным каналом восприятия реальности. Роль радио здесь специфична: ● Массовизация аудитории: Радио первым создало «одновременную» публику, объединив миллионы людей в едином информационном потоке, синхронизировав время и повестку дня. ● Оперативность («Горячее СМИ»): Радио остается самым быстрым каналом информирования в экстренных ситуациях (не требует электричества и сети, как ТВ и интернет). Это главный инструмент медиатизации катастроф. ● Доступность и инклюзивность: Преодоление барьеров (неграмотность, плохое зрение), проникновение в самые отдаленные уголки. ● Персонализация и интимность: В отличие от «холодного» ТВ, радио создает эффект личного общения (доверительный тон, «голос в голове»), что делает медиатизацию более глубокой на эмоциональном уровне. ● Трансформация в эпоху конвергенции: В современном мире радио стало мультиплатформой (эфир + сайт + подкасты + соцсети). Оно интегрирует цифровую среду, оставаясь аналоговым «спутником», что позволяет медиа проникать в повседневность даже на фоне визуального переизбытка. Радио — пионер медиатизации. Его историческая роль — создание «массового человека» и единого информационного пространства, а современная роль — удержание аудитории за счет уникального сочетания оперативности, доверительности и мобильности в гибридной медиасреде.	
7	Ответьте на вопрос Телевидение, его история и роль в медиатизации Ответ: 1. История телевидения (этапы) ● Техническое предвосхищение (1920–1930-е): Механическое ТВ (Нипков, Бэрд) и первые электронные системы (Зворыкин, Катаев). Начало регулярного вещания (BBC, 1936). ● Эпоха расцвета и монополии (1950–1980-е): Переход на цветное вещание, спутниковое ТВ. Формирование "телецентричной" картины мира. Пик влияния (президентские дебаты Кеннеди—Никсон, 1960). ● Кабельное и спутниковое (1980–2000-е): Нишевая сегментация аудитории, появление CNN (круглосуточные новости), MTV (визуальная культура). ● Цифровая конвергенция (2000-е – наст. время): Цифровое вещание, Smart TV, гибриды с интернетом (OTT-сервисы, YouTube). Переход от "окна в мир" к части мультимедийной среды. 2. Роль телевидения в медиатизации (ключевой блок) ● Институционализация повестки дня (Agenda-setting): ТВ исторически было главным фильтром реальности. Оно не просто транслирует события, а конструирует их иерархию, задавая обществу, о чем думать. ● Создание "медиареальности": ТВ сформировало феномен "вторичной реальности" (визуальные образы войны, катастроф, шоу), которая часто вытесняет непосредственный личный опыт человека (симулякры). ● Унификация общества (социальная интеграция): В эпоху аналогового ТВ оно выполняло функцию "национального камина", создавая общее информационное поле и единые культурные коды для разных социальных групп. ● Формирование стандартов массовой культуры: ТВ внедрило клиповое мышление, визуальную эстетику и перформативные практики (умение "говорить в камеру"), которые стали основой для всех последующих соцсетей. ● Политическая медиатизация: ТВ превратило политику в шоу (политический театр), сделав имидж и визуальный образ политика важнее его программы. 3. Современный тренд Сегодня ТВ теряет монополию, но не умирает. Его роль трансформируется: оно становится "фоновым медиа" (habitus) для старших поколений и агрегатором контента (платформой для стримингов) для молодых. Главное наследие ТВ для медиатизации — это визуальный поворот: именно оно приучило человечество воспринимать мир через экран.	ПК-3, ПК-4

8	Ответьте на вопрос Интернет, его история и роль в медиатизации Ответ: 1. История Интернета: ● Предыстория (1960-е): Зарождение как военного проекта ARPANET в США. Цель — создание децентрализованной сети для передачи данных между компьютерами, устойчивой к ядерным ударам. ● Ключевое изобретение (1970–1980-е): Разработка протоколов TCP/IP (Винт Серф и Боб Кан), которые стали единым «языком» для объединения разных сетей. В 1989 году Тим Бернерс-Ли изобрел WWW (Всемирную паутину) — гипертекстовую систему, сделавшую интернет доступным и понятным для массового пользователя. ● Массовый этап (1990–2000-е): Появление браузеров, поисковиков (Google), переход к Web 2.0 — интерактивным платформам, где пользователь стал не читателем, а создателем контента (блоги, соцсети). ● Современность (2010–2020-е): Мобильный интернет, тотальная цифровизация и переход к концепции Web 3.0 (децентрализация, нейросети, метавселенные). 2. Роль Интернета в медиатизации: Медиатизация — это процесс, при котором все сферы жизни общества (политика, экономика, культура, личные отношения) трансформируются под воздействием медиа и подчиняются их логике. Интернет здесь играет роль главного катализатора: 1. Стирание границ (Глобализация): Интернет отменил географические и временные барьеры. Информация распространяется мгновенно по всему миру, создавая единое информационное поле. 2. Интерактивность и демократизация: В отличие от ТВ или радио, интернет — двусторонняя связь. Каждый пользователь получает право голоса (комментарии, соцсети), что меняет монополию СМИ на производство смыслов. 3. Конвергенция форматов: Интернет соединил текст, аудио, видео и анимацию в едином цифровом пространстве. Медиа становятся мультимедийными. 4. Персонализация: Алгоритмы (в Google, TikTok, соцсетях) подстраивают контент под конкретного пользователя, создавая индивидуальную «медиареальность» и феномен «пузыря фильтров». 5. Трансформация институтов: Политика переходит в цифру (цифровой гражданский активизм), экономика — в e-commerce, образование — в онлайн-курсы. Реальность все чаще воспринимается через призму цифровых нарративов. Интернет превратился из технического канала в универсальную среду обитания современного человека. Он является главной движущей силой медиатизации, так как именно через него сегодня осуществляется основное производство, распространение и потребление смыслов, меняя социальные практики и само сознание людей.	ПК-3, ПК-4
9	Ответьте на вопрос Социальные сети, их история и роль в медиатизации	ПК-3, ПК-4

	Ответ: 1. Социальные сети (соцмедиа) — это интерактивные многопользовательские веб-платформы, контент на которых создается, распространяется и модифицируется самими пользователями (UGC-модель). Ключевая черта — формирование устойчивых социальных связей (друзья, подписчики) и публичная или полупубличная презентация личности. 2. Краткая история (эволюция) ● 1990-е (Зарождение): Пионеры — Classmates.com (1995) и SixDegrees.com (1997), которые позволяли создавать профили и список друзей, но были недолговечны. ● Начало 2000-х (Бум): Появление MySpace и LinkedIn (2003). Прорыв — Facebook (2004), который сделал соцсети массовыми, отказавшись от анонимности в пользу реальных имен. ● 2006–2010 (Эпоха микроблогов): Запуск Twitter (ныне X) и появление YouTube как полноценной социальной платформы. Начинается эра вирального контента. ● 2010-е (Визуальный поворот и глобализация): Доминирование Instagram и TikTok (с 2016 г.), внедрение алгоритмов рекомендаций (AI-ленты), переход от хронологии к персонализированному контенту. ● 2020-е (Конвергенция): Соцсети становятся супераппами (мессенджеры, маркетплейсы, платежные системы, СМИ). 3. Роль в медиатизации Медиатизация — это процесс, в котором социальные институты и культура все больше подчиняются логике медиа. Роль соцсетей здесь критична: 1. Институциональная трансформация: Традиционные СМИ (ТВ, газеты) теряют монополию на повестку. Соцсети стали первичным источником новостей. Журналистика переходит в режим «реального времени» (сторителлинг, стримы). 2. Изменение публичной сферы: Формируется хаб-коммуникация (многие-ко-многим). Политика, бизнес и культура вынуждены адаптироваться к диалоговому формату и требованиям прозрачности. 3. Персонализация реальности: Алгоритмы создают «пузыри фильтров» и «эхо-камеры», фрагментируя единое информационное поле. Медиатизация через соцсети приводит к пост-правде (эмоции и нарративы важнее фактов). 4. Агентность аудитории: Пользователи перестают быть пассивными зрителями. Они — со-творцы реальности (фейки, мемы, гражданская журналистика), что размывает границы между публичным и приватным. 5. Тотальная видимость: Соцсети медиатизируют повседневность, превращая жизнь человека в перформанс (габитус-самопрезентация по Гоффману). Социальные сети — это главный драйвер современной медиатизации, который децентрализует информацию, ускоряет все социальные процессы до секунд и меняет саму природу коммуникации с вертикальной на горизонтально-сетевую.	
10	Ответьте на вопрос Перспективы медиатизации Ответ: Перспективы медиатизации связаны с переходом от экстенсивного проникновения медиа в жизнь общества к интенсивному антропоцентричному этапу, где ключевыми становятся персонализация, интерактивность и этика. Основные векторы развития: 1. Тотальная иммерсивность и «метавселенные». Медиа перестают быть экраном (интерфейсом) и становятся средой обитания. Перспектива — в слиянии физического и цифрового миров через VR/AR, где социальные институты (образование, экономика, политика) будут функционировать в гибридных форматах. 2. Смена агентности (ИИ-медиация). Искусственный интеллект станет не просто инструментом доставки контента, а со-автором и фильтром. Перспектива — гиперперсонализация новостных лент и контента «под пользователя», что ведет к фрагментации единого информационного поля. 3. Биополитика медиа. Медиа начинают работать с психофизиологией (нейроинтерфейсы, трекары эмоций). Перспектива — управление состояниями аудитории в реальном времени, что выводит пропаганду и рекламу на новый, «постсимволический» уровень. 4. Кризис доверия и этический поворот. Из-за дипфейков и алгоритмических пузырей главной перспективой становится борьба за верифицируемость. Развитие получат технологии «цифровых отпечатков» и децентрализованные платформы (блокчейн-СМИ). Перспектива медиатизации — это глубокая интериоризация медиа в структуры мышления и тела человека. Однако ключевым вызовом остается сохранение суверенитета личности в условиях, когда медиа перестают быть посредником и становятся прямым конструктором реальности.	ПК-3, ПК-4

7.1. Уровни овладения

Компетенция: ПК-3 Способен разрабатывать планы продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, организовывать проведение рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга.

Индикатор достижения компетенции: ПК-3.1 Разрабатывает планы продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы.

Уровень	Характеристика
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.
Ниже порогового	Компетенция не освоена

Компетенция: ПК-4 Способен управлять информационными ресурсами.

Индикатор достижения компетенции: ПК-4.2 Управляет информационными ресурсами.

Уровень	Характеристика
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.
Ниже порогового	Компетенция не освоена

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов / Т. В. Литвина. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 182 с - 978-5-534-18905-6. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/586107> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 345 с - 978-5-534-11621-2. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/587376> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Хренов, Н. А. Теория аудитории медиа: публика в истории культуры: учебник для вузов / Н. А. Хренов. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 411 с - 978-5-534-14223-5. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/588325> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

2. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста: учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 206 с - 978-5-534-12958-8. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/585012> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

Не используются.

Ресурсы «Интернет»

1. <http://inion.ru/resources/bazy> - Библиографические базы данных ИНИОН РАН
2. <https://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ

Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения