

Компонент ОПОП 42.04.02 Журналистика.
Направленность (профиль) Цифровая журналистика
Б1.В.09

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины
(модуля)

Новые медиа в системе российских СМИ

Разработчик (и):

Рычкова Т.А.,
доцент кафедры ФМКиЖ
к.филол.н., доцент

Утверждено на заседании кафедры
филологии, межкультурной коммуникации
и журналистики

наименование кафедры

протокол №5 от 05.02.2026 г.

Заведующий кафедрой



подпись

Саватеева О. В.
ФИО

Мурманск
2026

Пояснительная записка

Объем дисциплины 4 з.е.

1. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с индикаторами достижения компетенций, установленными образовательной программой

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИД-1УК-2 Понимает основы проектного управления, учитывает требования к проектам и их результатам ИД-2УК-2 Разрабатывает и управляет проектом в избранной профессиональной сфере на всех этапах его жизненного цикла с учетом рисков проекта ИД-3УК-2 Обосновывает практическую значимость проектных решений	Знать: особенности проектного управления в сфере новых медиа; этапы жизненного цикла медиапроектов, реализуемых в цифровой среде; методологию формулирования целей и задач проектов в области новых медиа; специфику ресурсного обеспечения проектов, связанных с созданием и продвижением контента в новых медиа; правовые нормы, регулирующие деятельность в сфере интернет-СМИ и социальных медиа. Уметь: выстраивать этапы работы над проектом в сфере новых медиа с учетом последовательности их реализации; определять проблемную область и формулировать цели и задачи медиапроекта; проектировать решение конкретных задач с учетом имеющихся ресурсов и правовых ограничений; определять оптимальный состав исполнителей для реализации проектов в области новых медиа; адаптировать проектные подходы к специфике цифровых медиаплатформ. Владеть: навыками управления проектами в сфере новых медиа на всех этапах их жизненного цикла; методами проектирования и планирования деятельности в цифровой медиасреде; способами оптимизации проектных решений с учетом ресурсных и нормативных ограничений; приемами формирования проектных команд для работы в области новых медиа.
ПК-1 - Способен разрабатывать основные направления (концепции) вещания и осуществлять эфирное планирование совместно с коллегами	ПК-1.1. Самостоятельно пишет авторские комментарии и другие тексты в рамках редакционной политики, верстает авторские программы ПК-1.2. Готовит предложения для составления творческих планов редакции/канала ПК-1.3. Информировать ответственного выпускающего обо всех значимых сообщениях информационных агентств	Знать: понятие и типологию новых медиа; современное состояние рынка новых медиа в России и за рубежом; особенности функционирования интернет-СМИ, социальных сетей, мессенджеров, видеохостингов, подкаст-платформ как каналов распространения контента; специфику аудитории новых медиа и методы ее исследования; особенности контентной стратегии и редакционной политики в новых медиа; принципы планирования и организации работы редакции интернет-СМИ; современные подходы к монетизации контента в цифровой среде. Уметь: анализировать рынок новых медиа и предпочтения цифровой аудитории для разработки концепции вещания; разрабатывать стратегические и тактические планы деятельности медиаорганизации в сфере новых медиа; осуществлять планирование публикационного контента для различных цифровых платформ; координировать деятельность подразделений медиапредприятия при работе с новыми медиа; адаптировать контентную стратегию под специфику различных цифровых платформ; оценивать эффективность присутствия медиапредприятия в новых медиа. Владеть: навыками разработки концепции вещания медиапредприятия в сегменте новых медиа; методами стратегического и оперативного планирования деятельности в цифровой медиасреде; способами эфирного планирования для интернет-СМИ и социальных медиа; приемами координации работы редакционных, технических и маркетинговых подразделений при работе с новыми медиа; навыками анализа эффективности присутствия медиабренда в новых медиа.

2. Содержание дисциплины (модуля)

Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Новые медиа: понятие, типология, теоретические подходы

Эволюция медиасистемы: от традиционных СМИ к новым медиа. Понятие «новые медиа»: междисциплинарный подход к определению. Ключевые характеристики новых медиа: интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность, конвергентность, персонализация, социальная ориентированность. Типология новых медиа: интернет-СМИ, социальные сети, мессенджеры, видеохостинги, подкаст-платформы, блоги, агрегаторы контента. Теоретические концепции исследования новых медиа: концепция «медиаконвергенции» Г. Дженкинса, теория «длинного хвоста» К. Андерсона, концепция «участной культуры». Новые медиа в контексте цифровой трансформации общества.

Тема 2. Рынок новых медиа в Российской Федерации

Становление и развитие новых медиа в России: основные этапы и тенденции. Нормативно-правовое регулирование новых медиа: Закон «О средствах массовой информации» в части регулирования интернет-СМИ; законодательство о блогах, социальных сетях, агрегаторах новостей. Ключевые игроки российского рынка новых медиа. Государственная политика в отношении новых медиа: вопросы информационной безопасности, противодействие дезинформации. Аудитория новых медиа в России: демографические и поведенческие характеристики.

Тема 3. Контентная стратегия и редакционная политика в новых медиа

Особенности создания контента для новых медиа. Форматы контента в цифровой среде: текстовый, визуальный, аудиальный, видео, интерактивный. Специфика заголовков и лидов в интернет-СМИ. Мультимедийный сторителлинг: принципы и приемы. Редакционная политика новых медиа: баланс между оперативностью и достоверностью, верификация информации, работа с пользовательским контентом. Модели управления контентом. Планирование публикационного контента: редакционный план, контент-календарь, сетка вещания для социальных сетей. Кроссплатформенное производство и распространение контента.

Тема 4. Аудитория новых медиа: методы анализа и взаимодействия

Специфика аудитории новых медиа: фрагментация, персонализация, активное участие. Методы исследования аудитории цифровых медиа: количественные (опросы, веб-аналитика), качественные (фокус-группы, глубинные интервью), метрики социальных сетей. Поведенческие характеристики аудитории: паттерны потребления контента, вовлеченность, лояльность. Метрики эффективности присутствия в новых медиа: охват, вовлеченность (лайки, комментарии, репосты), удержание внимания, конверсия. Инструменты аналитики: Яндекс.Метрика, Google Analytics, статистика социальных сетей, системы мониторинга упоминаний. Сегментирование аудитории и таргетирование контента.

Тема 5. Экономические модели новых медиа

Монетизация контента в новых медиа: рекламная модель (медийная, контекстная, нативная реклама), подписная модель (платный контент, подписка на каналы), краудфандинг и спонсорство, партнерские программы, продажа товаров и услуг. Рекламный рынок в сегменте новых медиа: структура, динамика, ключевые игроки. Нативная реклама и интеграции в контент новых медиа. Платные подписки на контент: модели, практики внедрения. Экономическая эффективность присутствия медиабренда в новых медиа: расчет ROMI, анализ окупаемости инвестиций. Бюджетирование проектов в сфере новых медиа.

Тема 6. Трансформация традиционных СМИ под влиянием новых медиа

Конвергенция как процесс интеграции традиционных и новых медиа. Трансформация редакционных процессов под влиянием цифровых технологий. Мультиплатформенность как принцип работы современных медиа. Интеграция социальных сетей в работу традиционных СМИ. Цифровые отделы в структуре медиапредприятий. Изменение профессиональных ролей журналиста в эпоху новых медиа: универсальный журналист, мультимедийный продюсер, SMM-менеджер. Новые медиа и формирование медиаповестки: роль социальных сетей и Telegram-каналов в распространении новостей. Взаимодействие традиционных и новых медиа: синтез, конкуренция, взаимодополнение.

Тема 7. Инновации и тренды развития новых медиа

Искусственный интеллект в новых медиа: автоматизация производства контента, персонализация рекомендаций, чат-боты. Нейросети в создании текстового, визуального и видеоконтента. Иммерсивные технологии в медиа: виртуальная и дополненная реальность, 360-градусное видео. Блокчейн и криптовалюты в медиаиндустрии. Геймификация как инструмент вовлечения аудитории. Перспективные форматы контента: короткие вертикальные видео, интерактивные трансляции, аудиосоциальные сети. Тренды развития новых медиа в России и мире: децентрализация, индивидуализация, рост значения нишевых сообществ. Прогнозы развития медиасистемы в условиях цифровой трансформации.

Тема 8. Этика и социальная ответственность новых медиа

Этические проблемы новых медиа: распространение фейков, манипуляция общественным мнением, нарушение приватности, кибербуллинг, хейт-спич. Противодействие дезинформации: фактчекинг, верификация информации. Этические кодексы и саморегулирование в сфере новых медиа. Социальная ответственность создателей контента в цифровой среде. Медиаобразование и медиаграмотность как ответ на вызовы новых медиа. Роль журналиста и медиаменеджера в формировании этической цифровой среды. Баланс между свободой слова и ответственностью в новых медиа.

3. Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины (модуля)

- мультимедийные презентационные материалы по дисциплине (модулю) представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;
- методические указания к выполнению практических работ представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;
- методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) представлены на официальном сайте МАУ в разделе «Информация по образовательным программам, в том числе адаптированным».

4. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Является отдельным компонентом образовательной программы, разработан в форме отдельного документа, включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля);
- задания текущего контроля;
- задания промежуточной аттестации;
- задания внутренней оценки качества образования.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы (печатные издания, электронные учебные издания и (или) ресурсы электронно-библиотечных систем)

Основная литература:

Основная литература:

1. Ершов, Ю. М. Основы журналистики и цифровых медиа : учебник для вузов / Ю. М. Ершов. — Москва : КноРус, 2025. — 330 с. — ISBN 978-5-406-14187-8. — Текст : электронный // ЭБС [BOOK.RU](https://book.ru/book/956708) [сайт]. — URL: <https://book.ru/book/956708> .
 2. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 156 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18681-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536057> .
 3. Клеменова, Е. Н. Основы журналистской деятельности: журналист в социальных сетях : учебник / Е. Н. Клеменова, А. В. Муха ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). — Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2024. — 180 с. — ISBN 978-5-7972-3241-4. — Текст : электронный // ЭБС Znanium [сайт]. — URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=465869> .
- Дополнительная литература:**
4. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18905-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555050> .
 5. Захарченко, Н. А. Коммуникативные стратегии новых медиа : учебное пособие / Н. А. Захарченко, Т. В. Карелова ; Самарский национальный исследовательский университет им. С. П. Королева. — Самара : Издательство Самарского университета, 2024. — 1 файл (968 Кб). — ISBN 978-5-7883-2071-7. — Текст : электронный // Репозиторий Самарского университета [сайт]. — URL: <http://repo.ssau.ru/handle/Uchebnye-izdaniya/Kommunikativnye-strategii-novyh-media-111974> .
 6. Николаева, Е. М. Новые медиа: социальные и антропологические экспликации : монография / Е. М. Николаева, П. С. Котляр, М. С. Николаев. — Казань : Казанский федеральный университет, 2023. — 171 с. — Текст : электронный // Репозиторий КФУ [сайт]. — URL: https://repository.kpfu.ru/eng/?p_id=285529 .

6. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ЭБС «Издательство Лань» [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система / ООО «Издательство Лань». — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>;
2. ЭБС «Электронная библиотечная система ЮРАЙТ» [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система / ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>;
3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]: электронно-периодическое издание; программный комплекс для организации онлайн-доступа к лицензионным материалам / ООО «НексМедиа». — Режим доступа: <https://biblioclub.ru/>.
4. Образовательный портал «Образование на русском» института русского языка имени А.С. Пушкина URL: <https://pushkininstitute.ru/>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

- 1) MS Office;
- 2) Windows 7 Professional;
- 3) 7Zip;
- 4) Adobe Reader;
- 5) Mozilla FireFox;
- 6) LibreOffice.org

8. Обеспечение освоения дисциплины лиц с инвалидностью и ОВЗ

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) представлено в приложении к ОПОП «Материально-технические условия реализации образовательной программы» и включает:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;

- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде МАУ.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

10. Распределение трудоемкости по видам учебной деятельности

Таблица 1 - Распределение трудоемкости

Вид учебной деятельности	Распределение трудоемкости дисциплины (модуля) по формам обучения	
	Очная	
	Семестр	Всего часов
	1	
Лекции	2	2
Практические занятия	6	6
Самостоятельная работа	132	132
Всего часов по дисциплине	144	144

Формы промежуточной аттестации и текущего контроля

Зачет	+	4
-------	---	---

Перечень практических занятий по формам обучения

№ п\п	Темы практических занятий
1	2
	Очная форма
1	Аудитория новых медиа: методы анализа и взаимодействия
2	Экономические модели новых медиа
3	Трансформация традиционных СМИ под влиянием новых медиа
4	Инновации и тренды развития новых медиа