

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна»**
Высшая школа технологии и энергетики
Кафедра рекламы и современных коммуникаций

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССМЕДИА

Выполнение контрольной работы

Методические указания для студентов заочной формы обучения
по направлению подготовки
42.03.01 — Реклама и связи с общественностью

Составитель
О. В. Ефимова

Санкт-Петербург
2026

Утверждено
на заседании кафедры РиСК
12.02.2026 г., протокол № 7

Рецензент А. А. Кислицина

Методические указания соответствуют программам и учебным планам дисциплины «Теория и практика массмедиа» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». В методических указаниях представлен порядок выполнения и оформления контрольной работы.

Методические указания предназначены для бакалавров заочной формы обучения.

Утверждено Редакционно-издательским советом ВШТЭ СПбГУПТД в качестве
методических указаний

Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=202016, по паролю.
- Загл. с экрана.

Дата подписания к использованию 09.04.2026 г. Рег. № 5089/26

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД
198095, СПб., ул. Ивана Черных, 4.

© ВШТЭ СПбГУПТД, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Методические рекомендации к выбору темы и оформлению контрольной работы	5
Список рекомендованной литературы	9
ПРИЛОЖЕНИЯ	10

ВВЕДЕНИЕ

Дисциплина «Теория и практика массмедиа» относится к базовой части профессионального цикла и обеспечивает теоретико-методологическую основу для последующего изучения профильных дисциплин. Контрольная работа служит средством контроля усвоения студентами ключевых категорий медианауки (медиатизация, аудитория, повестка дня, медиаэффекты, институциональные модели СМИ) и их способности к самостоятельному анализу современных и исторических медиапрактик.

Через самостоятельную работу с источниками, деконструкцию новостных сообщений, сравнительный анализ медиамоделей обучающийся не просто демонстрирует усвоение материала, но и формирует профессиональную позицию.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ВЫБОРУ ТЕМЫ И ОФОРМЛЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

В качестве контрольного задания студентам предлагается написать эссе на одну из нижеперечисленных тем. Написание эссе является научным микроисследованием, дает студентам возможность отработать практические навыки: от научного поиска и анализа данных до критического мышления, творческого подхода к подаче материала и умения убедительно аргументировать свою позицию. Темы эссе подобраны так, чтобы охватить важные аспекты для будущей профессиональной деятельности.

Темы для эссе

1. Медиаграмотность как средство борьбы с дезинформацией.
2. Влияние СМИ на развитие бизнеса и экономики.
3. Влияние массмедиа на формирование молодежных субкультур.
4. Массмедиа и кинематограф: влияние на общественное восприятие.
5. Роль мультимедийных платформ в современной журналистике.
6. Феномен клипового мышления.
7. Будущее массмедиа: тренды и вызовы XXI века.
8. Влияние СМИ на формирование молодежных ценностей и взглядов.
9. Использование новых технологий для создания интерактивных медиа.
10. Влияние массовых коммуникаций на образование и просвещение.
11. Влияние массмедиа на формирование стереотипов.
12. Объективность и субъективность в журналистике.
13. Роль массмедиа в формировании общественного мнения.
14. Этические стандарты журналистики и их роль в профессиональной деятельности.
15. Влияние социальных сетей на современное информационное пространство.
16. Массмедиа и политика: роль в выборных кампаниях.
17. Влияние массмедиа на культуру и национальную идентичность.
18. Фейковые новости и их влияние на медиакультуру.
19. Важность фактической проверки информации в журналистике.
20. Новые формы журналистики: блогеры, подкасты, видеоблоги.
21. Роль массмедиа в кризисных ситуациях и чрезвычайных происшествиях.
22. Влияние глобализации на национальные СМИ.
23. Важность критического мышления в восприятии информации из медиа.
24. Перспективы развития массмедиа в условиях цифровой эпохи.
25. Социальные сети как информационный ресурс.

Структура контрольной работы

В рамках контрольной работы необходимо приложить все этапы написания эссе: интеллектуальная карта (может быть составлена как в специальных программах, так и в любых других редакторах), список научных источников, подобранных по теме, словарь терминов по теме, эссе.

Структура контрольной работы:

- титульный лист;
- интеллектуальная карта;
- список научных источников, которые вы рассмотрели, изучая тему исследования (не менее 20);
- словарь терминов (не менее 10 шт.): понятие и определение;
- эссе;
- список использованных источников, которые упоминаются в тексте эссе.

Требования к объему и оформлению эссе

Объем эссе должен составлять от 7 до 10 тысяч знаков. В исследовании необходимо продемонстрировать понимание историко-культурного контекста, раскрыть сущностные черты феномена. В связи с этим необходимо привлечь 5-10 источников (это может быть как цитирование, так и релевантное упоминание).

Оригинальность эссе должна быть не ниже 80 %. Плагиат и скрытое цитирование недопустимы. **Сгенерированный текст не допускается.**

Оформление эссе должно соответствовать следующим требованиям:

Титульный лист контрольной работы представлен в ПРИЛОЖЕНИИ А.

Текст контрольной работы – Times New Roman 14 пт; межстрочный интервал – 1,5. Выравнивание по ширине. Отступ красной строки 1,25 см (в настройке «Абзац»). Правое поле – 1,5, левое – 3, нижнее и верхнее – 2,5.

Каждый подраздел контрольной работы начинается с новой страницы и обозначается заголовком: Интеллектуальная карта, Список рассмотренных источников, Словарь терминов, Эссе, Список использованных источников. Заголовки НЕ выделяются жирным шрифтом, 16 кегль, все прописные, выравнивание по центру.

Нумерация страниц: арабские цифры, сквозная нумерация, номер указывается внизу страницы по центру без точки, титульный лист не нумеруется.

Особое внимание следует уделить оформлению ссылок и списка использованных источников. В тексте необходимо использовать сквозные ссылки: [1], [1]-[5], [3, с. 20]. Оформление списка литературы должно соответствовать требованиям ГОСТ Р 7.0.100-2018. Список использованных источников указывается в конце эссе под соответствующим заголовком. Пример оформления источников представлен в Приложении Б.

Далее представлены общие рекомендации по написанию текста.

Рекомендации по написанию эссе

Порядок написания эссе:

- составление интеллектуальной карты, описывающей общую структуру раскрытия темы исследования;
- поиск научной базы: научными источниками могут выступать научные статьи, социологические исследования крупных организаций. Ресурсы, которые рекомендовано использовать для поиска научной базы: <https://elibrary.ru>, <https://scholar.google.com>. Для информационной базы могут быть использованы кейсы, описывающие успешную практику реальных компаний;
- работа с источниками: конспектирования, анализ;
- составление плана будущего эссе;
- написание черновика;
- редактирование финального варианта эссе.

Примерный план структуры эссе:

Введение: актуальность темы, обзор проблемы, цель написания эссе.

Основная часть: раскрытие темы, аргументация, анализ, примеры, логическая последовательность.

Заключение: подведение итогов, выводы, личное мнение или рекомендации.

Фразеологические конструкции

Эссе предполагает свободную форму изложения, однако для более логичного повествования ниже приведены устойчивые обороты, которые помогут упорядочить информацию:

Обострить вопрос – акцентировать проблему, выделить важный аспект.

Стоит отметить, что – вводная конструкция для выделения важной информации.

Не вызывает сомнений, что – для подтверждения важной мысли.

Это доказывает, что – для аргументации.

Можно с уверенностью утверждать, что – для выражения уверенности в выводах.

Бросается в глаза – обратить внимание на важный аспект.

В ходе анализа можно отметить – при описании этапов исследования или анализа.

Есть основания полагать, что – для эмоциональной или профессиональной оценки.

Что не вызывает сомнения – для подтверждения тезиса или факта.

Из этого следует, что – вывод из сделанных замечаний.

Ключевым моментом является – подчеркнуть важность определенного фактора.

В контексте рассматриваемой проблемы – для связи с темой эссе.

Доводы свидетельствуют о том, что – для подкрепления своей позиции.

Особое значение приобретает – подчеркнуть важность вопроса или аспекта.

Можно рассматривать как пример того, что – для иллюстрации идеи.

Данное явление проявляется в том, что – для описания наблюдаемых процессов.

Необходимо подчеркнуть, что – для выделения ключевой мысли.

Важность этого заключается в том, что – для объяснения значимости темы.

Это говорит о том, что – для интерпретации фактов и анализа.

В качестве примера можно привести – для иллюстрации точки зрения.

Языковые и стилистические особенности эссе

1. Используйте академический стиль, выбирайте нейтральную, деловую лексику. Избегайте разговорных выражений, сленга и эмоционально окрашенных слов.

2. Стройте логическую структуру: начинайте с вводных фраз, ясно формулируйте тезисы, подробно аргументируйте и плавно переходите к выводам.

3. Используйте связующие слова и конструкции, такие как «во-первых», «к тому же», «следовательно», «тем самым», «таким образом», «однако», «при этом». Это поможет сделать текст связным.

4. Будьте точными и конкретными, избегайте расплывчатых формулировок, уточняйте понятия, приводите конкретные примеры.

5. Аккуратно оформляйте цитаты и заимствования: при использовании чужих идей обязательно указывайте источники, цитаты выделяйте кавычками.

6. Обращайте внимание на стиль изложения, избегайте повторений, подбирайте слова-синонимы, делайте текст разнообразным.

7. Используйте активный залог: он делает текст более живым и динамичным. Например: «Медиа формируют общественное мнение» вместо «Общественное мнение формируется медиа».

8. Формулируйте мысли ясно и лаконично: избегайте громоздких предложений и сложных конструкций без необходимости.

9. Пишите в третьем лице, если это уместно: чаще всего избегайте личных местоимений, чтобы сохранить объективность.

10. Проверяйте работу на стилистические и орфографические ошибки: аккуратность повышает доверие к вашему тексту.

11. Личное мнение: можно выражать собственную точку зрения, используя аргументы и факты, но избегайте субъективных оценок без обоснования.

12. Избегайте тавтологий: не повторяйте одни и те же мысли или выражения без необходимости.

13. Точный и профессиональный стиль: избегайте просторечий и разговорных выражений. Употребляйте нейтральную, научную лексику.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой, М. Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с.
2. Иванов, В. Лингвистика третьего тысячелетия: Вопросы к будущему / В. Иванов. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 208 с.
3. Каминская, Т. Л. Медиапространство и информационный рынок: учебник / Т. Л. Каминская, В. В. Кафтан, Е. Н. Корнеева. – М.: Кнорус, 2026. – 186 с.
4. Кастельс, М. Власть коммуникации / М. Кастельс; пер. с англ. Н. М. Тылевич; под науч. ред. А. И. Черных. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. – 564 с.
5. Кононов, В. Автор, ножницы, бумага. Как быстро писать впечатляющие тексты. 14 уроков / В. Кононов. – М.: МИФ, 2017. – 150 с.
6. Кот, Д. Продающие тексты: модель для сборки. Копирайтинг для всех / Д. Кот. – Санкт-Петербург: Питер, 2020. – 192 с.
7. Маккуайер, С. Геомедиа. Сетевые города и будущее общественного пространства / С. Маккуайер; пер. с англ. И. Третьяков. – М.: Strelka press, 2018. – 268 с.
8. Маклюэн, Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн; пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
9. Писарский, И. В. Коммуникации на раз-два-три / И. В. Писарский. – Москва: Издательство АСТ, 2021. – 208 с.
10. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати: учебное пособие / А. А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 310 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

ВЫСШАЯ ШКОЛА ТЕХНОЛОГИИ И ЭНЕРГЕТИКИ

Институт заочного и вечернего обучения

Кафедра рекламы и современных коммуникаций

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

по дисциплине: «Теория и практика массмедиа»

**на тему: Влияние СМИ на формирование молодежных ценностей и
взглядов**

Выполнила: студент учебной группы 421

Сорокина Кристина Витальевна

Проверила: доцент кафедры РиСК, кандидат
филологических наук Ефимова Оксана Владимировна

Санкт-Петербург

20__

Оформление списка использованных источников

Печатные источники:

Монографии, учебники, учебные пособия, книги (не более трёх авторов):

Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации / Е. С. Григорян. – М.: ИНФРА – М, 2021. – 294 с.

Монографии, учебники, учебные пособия, книги (более трёх авторов):

Конструкция и рабочие процессы плосковязальных автоматов: монография / В. А. Агапов, Т. А. Крячкова, А. В. Трубецвев, А. Ю. Баранов. – СПб.: СПГУТД, 2022. – 127 с.

Статья из научного журнала:

Старикова, А. Ю. Воздействие на зрителей цветовыми приемами в рекламе / А. Ю. Старикова // Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей StudNet. – 2021. – № 9. – С. 1-11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozdeystvie-na-zritelya-tsvetovymi-priyomami-v-reklame/viewer> (дата обращения: 14.03.2025).

Алекса, Е. А. Психология цвета в рекламе как способ совершенствования методов продвижения / Е. А. Алекса, А. И. Попова, Д. А. Блинчикова // Вопросы науки и образования. – 2020. – № 9. – С. 27-29. – URL: https://www.elibrary.ru/query_results.asp (дата обращения: 14.03.2025).

Интернет-источники:

Ссылка на сайт в целом:

Официальный сайт магазина LIME. URL: https://lime-shop.com/ru_ru/catalog/women_sale (дата обращения: 18.02.2025).

Ссылка на web-страницу:

Поговорим про российский бренд косметики Predubezhdaï и его особую эстетику // Дзен. URL: https://dzen.ru/a/ZKrS6Ol35xk7_8jl (дата обращения: 02.04.2025).

Лебедев А. Как продавать на Ozon с нуля: пошаговая инструкция // РБК. Отрасли. URL: https://www.rbc.ru/industries/news/6847d9a79a79473939402041?from=industries_main_column_2 (дата обращения: 02.04.2025).

Ссылка на социальные сети:

Официальная группа ВКонтакте Nakoxano // ВКонтакте. URL: <https://vk.com/nakoxano> (дата обращения: 29.04.2025).

Ссылки на иностранную литературу указываются согласно виду источника и на языке оригинала.