

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Амурский государственный университет»

Кафедра

Русского языка

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Основной образовательной программы по направлению подготовки (специальности)–
032700.68 - «Филология»

По профилю: Прикладная филология «Язык рекламы и PR-коммуникации»

Благовещенск

2012

УМКД разработан канд. филолог. наук, доцентом Белозубовой Н. И.

Рассмотрен и рекомендован на заседании кафедры

Протокол заседания кафедры от « » _____ 2012 № _____

Зав. кафедрой _____ / _____

УТВЕРЖДЕН

Протокол заседания УМСС 032700.68 – «Филология»

от « » _____ 2012 № _____

Председатель УМСС _____ / _____ /

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: помочь студентам освоить общие закономерности творческой деятельности в их практически значимых проявлениях.

Задачи дисциплины:

- уточнение представления об основных особенностях журналистского произведения как особого типа текста и тех критериях, на основании которых ему может быть дана аргументированная профессиональная оценка;
- освоение на практике процедуры профессионального анализа журналистского текста с последующей оценкой его качества;
- овладение на практике всеми формами информационной поддержки СМИ (пресс-конференции, брифинги, презентации, информационные бюллетени, анонсы информационных агентств, сообщения электронной почты);
- освоение на практике спецификой основных источников информации и соответствующих им методов познавательной деятельности;
- формирование навыков грамотной организации текста; предъявления в тексте элементарных выразительных средств фактологического и культурологического рядов («факты», «образы», «нормативы»);
- усвоение системы профессионально-этических регуляторов творческого поведения и ее роли в профессиональной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Данная учебная дисциплина входит в блок «М 1.В. Общенаучный цикл. ДВ 1. Дисциплина по выбору» по направлению подготовки 032700.68 – «Филология».

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у студентов магистратуры в результате обучения в вузе и освоения дисциплин ООП подготовки бакалавра.

Данная учебная дисциплина предваряет изучение дисциплин профессионального цикла.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате изучения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

- 1) **знать:** основные теоретические вопросы типологии средств массовой информации, этические основы рекламы и связей с общественностью, методику составления статей для различных СМИ;
- 2) **уметь:** составлять статьи для различных СМИ;
- 3) **владеть:** базовыми практическими навыками взаимодействия со СМИ, навыками работы с рекламными и PR- текстами.

Данная дисциплина способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС по направлению подготовки ВПО 032700.68 – «Филология»:

А) общекультурные (ОК):

способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-2);

свободное владение русским и иностранным языками как средством делового общения (ОК-3);

способность порождать новые идеи (креативность), адаптироваться к новым ситуациям, переоценивать накопленный опыт, анализировать свои возможности (ОК-6);

Б) профессиональные (ПК):

способность к созданию, редактированию, реферированию и систематизированию всех типов текстов официально-делового и публицистического стиля (ПК-12);

способность к трансформации различных типов текстов (изменению стиля, жанра, целевой принадлежности текста) (ПК-13);

готовность к планированию и осуществлению публичных выступлений с применением навыков ораторского искусства (ПК-14).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы, 72 часа, в т.ч. 16 часов аудиторной и 56 часов самостоятельной работы.

№ п/п	Раздел Дисциплины	С е м е с т р	Неде ля семест ра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости <i>(по неделям семестра)</i> Форма промежуточной аттестации <i>(по семестрам)</i>
				Л:1	СР:4		
1.	Введение. Понятие о творчестве	7	3	Л:1	СР:4		Кластер «Основные понятия теории и практики массовой информации» 1- 16 нед. Конспект.
2.	Массовые информацион ные потоки	7	3	Л: 1	СР:4		Работа над портфолио (2- 16 нед). Конспект.
3	Идейно- тематические особенности произведения СМИ.	7	5	Л: 1	СР:4		Идейно- тематический анализ произведений СМИ (индивид. задание) (3 нед.) Конспект: (3-4 стр.)
4.	Структурно- композиционн ые особенности произведения СМИ	7	5	Л:1	СР:4		Терминологический диктант. Структурно- композиционный анализ произведения СМИ (инд./зад) (3 нед.). Создание текста.

5	Профессиональный анализ произведений СМИ	7	7		СР:4	Пр:2	Пр. 1. Индивидуальные и коллективные упражнения по разбору (анализу) новостных текстов, рекламных текстов, Полный профессиональный анализ текста (письменная работа). Трансформация текста. Работа над портфолио.
6	Общее понятие о способе журналистского творчества	7	9	Л:1	СР:4		Кластер. Эссе: «Профессионально-этические основы журналистской деятельности»
7	Творческий акт журналиста: ход работы	7	9	Л:1	СР:6		Конспект осн. источников. Создание текста, используемого в сфере «PR-коммуникации» (инд. задание)
8	Методы и приёмы журналистского творчества	7	11	Л:2	СР:4		Конспект: Технические средства в процессе журналистского тв-ва.
9	Природа современного телевидения. Типовая технология телепередачи. Телевизионные жанры	7	13		СР:8	ПР:2	Тестирование-12 нед. Конспект. Сценарий телевыпуска новостей на телевидении, «пресс-конференция».
10	Телевизионный сценарий и сценарист.	7	15		СР:6	ПР:2	Пр.3. Дел. игра: «Пресс-конференция». Выпуск новостей. Рефлексия.
11	Реклама в СМИ. Виды рекламы	7	17		СР:8	ПР:2	ПР. 4. Анализ рекламы в газете, на TV. Рефераты. Презентация рекламных роликов, текстов рекламы

							и антирекламы. Публичная защита. Портфолио по курсу. Зачёт: 17 нед.
	Итого			8 (час.)	56 (час.))	8 (час.)	72 (час.)

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Лекции

Введение. Предмет, методы и задачи курса «Теория и практика массовой информации».

Раздел I. ТВОРЧЕСТВО КАК ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Тема 1. Понятие о творчестве.

Творческая сущность человека. Механизмы творчества. Критерии творчества. Сочетание репродуктивных и творческих элементов в деятельности человека. Творчество как высшая форма труда. Зарождение и развитие специализированных видов творчества.

Основные формы организации творческой деятельности в развитом обществе: любительство и профессионализм. Их общие и отличительные черты.

Журналистика как специализированная область творческой деятельности. Любительство и профессионализм в журналистике. Три ступени в развитии профессионала: обученность, умелость, мастерство.

Основные задачи студента в процессе движения к профессионализму.

Тема 2. Массовые информационные потоки.

Массовые информационные потоки общества как условие его оптимального функционирования. Типы информационных продуктов, составляющих массовые информационные потоки. Области творческой деятельности, создающие эти информационные продукты. Журналистика как организатор сотрудничества данных областей деятельности и «цех сборки» массовых информационных потоков.

Журналистское произведение в структуре массовых информационных потоков. Журналистика как область творческой деятельности, ориентированная на создание таких произведений для печати, радио и телевидения.

Особенности производства массовых информационных потоков как совокупность факторов, определяющих соотношение индивидуального и коллективного начал в профессиональной деятельности журналиста.

Раздел II

ПРОИЗВЕДЕНИЕ СМИ КАК ОСОБЫЙ ТИП ТЕКСТА

Тема 3. Идеино-тематические особенности произведения СМИ

Понятие темы журналистского произведения. Реальная конкретная ситуация и масштабная общественная проблема как компоненты темы. Уточнение понятий «факт», «ситуация», «проблема». Разновидности ситуаций, отражаемых журналистикой. Разновидности проблем, входящих в структуру темы журналистского произведения. Типы связи реальных конкретных ситуаций и масштабных проблем, проблемные и «непроблемные» журналистские материалы. Общее и особенное в тематическом решении материалов для периодической печати, радио и телевидения.

Понятие идеи журналистского произведения. Особенности идеи, обусловленные тем, что она адресуется человеку как социальному существу, склонному строить свое поведение на основе собственного решения. Единство «опорной» и «рабочей» идей в журналистском произведении. Направляющий характер «рабочей» идеи. Принципиальные различия между «рабочей» идеей журналистского материала и средствами манипулятивного воздействия на адресата информации. Социальная опасность пренебрежения этими различиями в практике печатной и электронной прессы. Варианты «рабочей» идеи, бытующие в современной отечественной журналистике.

Тема 4. Структурно-композиционные особенности произведения СМИ

Понятие элементарных выразительных средств журналистики – «строительного материала» для воплощения темы и идеи журналистского произведения, для выражения журналистской информации.

Фактологический ряд элементарных выразительных средств (ЭВС). Текущая реальная действительность как источник фактов. Механизм «превращения» фактов действительности в факты текста. Функции факта в тексте. Виды фактов, используемых журналистикой. Профессиональные требования к фактологическому ряду журналистских произведений в печати, на радио и телевидении.

Образный ряд элементарных выразительных средств. Прошлый опыт человечества, зафиксированный в культуре в образной форме, как источник данного ряда ЭВС. Разновидности образных ЭВС, их функции в журналистском произведении.

Нормативный ряд элементарных выразительных средств. Установления общества, зафиксированные в культуре в логико-понятийной форме, как источник этого ряда ЭВС. Основные разновидности нормативов, их функции в журналистском произведении.

Профессиональные требования к образному и нормативному рядам ЭВС в материалах для печати, радио и телевидения.

Понятие о средствах организации журналистского произведения. Композиция и монтаж как средства организации, их функциональные различия. Журналистский образ как средство организации текста. Природа журналистского образа, его функции и механизм формирования в материалах для печати, радио и телевидения. Принципиальное отличие журналистского образа от ЭВС образного ряда

Тема 6. Общее понятие о способе журналистского творчества.

Существующие научные традиции в употреблении понятий «метод деятельности» и «способ деятельности». Основания для их различения. Способ деятельности как совокупность ее особенностей, поддающихся освоению. Структура способа деятельности. Отличие способа творческой деятельности от способа репродуктивной деятельности.

Способ творческой деятельности журналиста – носитель ее специфики. Основные элементы способа творческой деятельности журналиста, доступные освоению. Условия для успешного освоения способа творческой деятельности журналиста.

Тема 7. Творческий акт журналиста: ход работы.

Творческий акт журналиста – единство двух относительно самостоятельных стадий: стадии познавательной деятельности и стадии создания текста.

Импульс к творческому акту журналиста – новые сведения о действительности. Поиск исходных сведений. Действительность как система источников информации для журналиста. Типы источников информации: документ, предметно-вещественная среда, человек.

Основные разновидности познавательной деятельности в журналистике: ознакомление, исследование и расследование. Умение устанавливать факты и выявлять их связи – сердцевина любой из разновидностей журналистского познания. Основные операции процесса познания. Концепция изученной ситуации как результат познавательной стадии творческого акта.

Создание текста – завершающая стадия творческого акта. Основные операции этой стадии.

Влияние канала трансляции массовых информационных потоков на ход творческого акта журналиста. Устойчивое и изменчивое в структуре творческого акта. Новые тенденции, наметившиеся в организации творческого акта журналиста на современном этапе.

Тема 8. Методы и приемы журналистского творчества.

Факторы, определяющие формирование системы методов журналистского творчества. Механизм формирования методов. Соотношение методов и приемов в практике современной отечественной журналистики.

Методы познавательной деятельности, традиционно используемые журналистикой для получения сведений: проработка документов, наблюдение, беседа. Практика использования в журналистике методов сбора данных, применяемых в конкретных социологических исследованиях.

Пути постижения журналистом сути происходящего: от здравого смысла – к применению научных знаний в функции теоретических методов познавательной деятельности.

Методы предъявления информации, используемые для воплощения фактологического ряда ЭВС: констатация, репортажное и реконструктивное описание, репортажное и реконструктивное повествование, характеристика, рассуждение, типизация.

Методы предъявления информации, используемые для воплощения образного и нормативного рядов ЭВС: цитирование, апелляция (ссылка), изложение, переосмысление, словесная инкрустация.

Значение принципа дополнительности в использовании методов журналистского творчества.

5.2. Практические занятия

Тема 5. Профессиональный анализ произведения СМИ.

Место профессионального анализа текста в структуре деятельности журналиста. Методика анализа. Пути выявления основных характеристик произведения (его темы, идеи, структурно-композиционных особенностей). Оценка качества идейно-тематического и структурно-композиционного решений материала в соответствии с определенными критериями.

Критерии оценки журналистского произведения:

- новизна реальной конкретной ситуации, достоверность ее воспроизведения и обоснованность интерпретации;
- масштаб и значимость проблемы, под углом зрения которой рассматривается реальная конкретная ситуация;
- оперативность материала;
- конструктивность и убедительность идеи;
- достаточная полнота и яркость ЭВС, мотивированность их применения;
- четкость и мотивированность монтажно-композиционного решения произведения;
- смысловая точность, яркость, запоминаемость журналистского образа;
- логическая и лексико-стилистическая грамотность материала.

Понятие о дитексе (диаграмма «текст-смысл») – графической модели произведения, позволяющей выявить в нем авторские погрешности.

Раздел III. Слагаемые мастерства телевизионного эфира.

Тема 9. Природа современного телевидения. Типовая технология телепередачи.

Телевизионные жанры.

Язык экрана. Понятие кадра. План на телевидении и их виды. Телевизионный ракурс. Шумы. Специфика монтажа и его виды.

Виды съёмки.

Основы режиссуры прямого эфира. Основные технологии. Соотношения изображения и слова. Особенности связи слова и изображения на телевидении. Место изображения в кадре.

Жанр, как явление и профессия. Основные понятия жанрового многообразия на телевидении. Специфика телевизионных жанров. Телепередача. Телепрограмма. Телеканал.

Жанры телевизионной журналистики:

Информационные жанры телевидения. Аналитические жанры телевидения. Художественные жанры телевидения. Информационное сообщение (видеосюжет) как информационный жанр телевидения. Комментарий и обзор как аналитические жанры телевизионной публицистики. Очерк как художественный жанр телевидения. Интерактивное телевидение.

Тема 10. Телевизионный сценарий и сценарист.

Понятие. Искусство написания сценария. Общее и различное в телесценарии и материале для газеты. Виды сценариев. Порядок и принципы написания и оформления сценария. Заявка, как сложившийся замысел. Заявка и сценарий. Средства создания сценария. Тема, идея, композиция. Основные элементы композиции: «экспозиция – заявка – перипетии – кульминация – перипетии – развязка». Сюжет. Ремарка. Сценарист в творческой группе. Работа сценариста после съёмки. Творческие профессии на телевидении: редактор (продюсер), телерепортёр, комментатор и обозреватель, интервьюер, ведущий новостей. Критерии оценки журналистской работы.

ТЕМА 11. Реклама в СМИ. Виды рекламы.

Понятия. Особенности рекламы в рыночных условиях. Реклама в СМИ: за и против. Подходы к отбору и структурированию рекламы. Место рекламы в СМИ среди других публикаций. Прогнозы рекламы в СМИ.

Коммерческая реклама. Сущность характеристики.

Политическая реклама. Отличие политической рекламы от любой другой деловой информации. Рекламная кампания. Приёмы создания положительного имиджа политика.

Антиреклама или негативная реклама. Допустимость и границы использования подобного вида.

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	№ раздела (темы)	Форма (вид) самост.	Трудоёмкость в час.
1	1	Кластер	4
2	2	Портфолио	4
3	3	Анализ, конспект,	4
4	4	Анализ	4
5	5	Анализ, портфолио	4
6	6	Кластер, эссе	4
7	7	Конспект, создание текста	6
8	8	Конспект, подготовка к тестированию	4
9	9	Сценарий выпуска новостей, «пресс-конференции»	8
10	10	Деловая игра, рефлексия, публичная защита	6
11	11	Рекламный ролик (или сценарий). Публичная защита.	8

7. Матрица компетенций учебной дисциплины.

Темы	Компетенции						Итого Общ. кол-во комп.
	ОК-2	ОК-3	ОК-6	ПК-12	ПК-13	ПК-14	
Введение			+				1
1							
2	+						1
3		+				+	2
4			+	+			2
5		+			+		2
6		+	+	+			3
7		+	+	+	+		4
8	+						1
9	+	+	+			+	4
10		+	+			+	3
11		+	+			+	3
итого	3	7	7	3	2	4	26

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В данном курсе используются следующие **образовательные технологии**: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

Кроме того, применяются следующие активные и интерактивные формы занятий: деловые и ролевые игры, «профессиональный анализ текста», рефлексия, сценарий, портфолио.

Деловая игра, ролевая игра – для моделирования определённой профессиональной ситуации.

«Профессиональный анализ текста» – для получения первичных навыков грамотной организации текста.

Рефлексия – для формирования стремления к самосовершенствованию.

Портфолио – для накопления и оценки материалов по проблематике курса.

Сценарий – для закрепления навыков грамотной организации текста, методов и приёмов речевого воздействия.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, - 6 часов из 16.

В рамках учебного курса предусматривается одна встреча с представителем СМИ.

№	СЕМЕСТР	ТЕМА	ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	ЧАСЫ
1.	2	3. Идеино-тематические особенности произведения СМИ	Лекция с презентацией анализа текста СМИ.	1 (л.)
2.	2	4. Структурно-композиционные особенности произведения СМИ		1(л.)
3.	2	10. Телевизионный сценарий и сценарист. ПР. 3.	Деловая игра «Пресс-конференция». Рефлексия.	2 (пр.)
4.	2	11. Реклама в СМИ. Виды рекламы. ПР.4.	Презентация рекламных роликов, текстов рекламы и антирекламы. Публичная защита.	2 (пр.)
ИТОГО				6

9. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Тема 1.

Кластер «Основные понятия теории и практики массовой информации».

Тема 2.

Работа над портфолио»

Структура портфолио:

- сопроводительное письмо (цели, вид, сведения об авторе),
- материалы по темам курса (конспекты источников, списки библиографических источников, в т.ч. электронных, электронные ресурсы),
- письменные работы (эссе, контрольные работы, тесты, результаты письменных работ),
- рефлексивный дневник.

Тема 3. **Анализ произведений СМИ.**

Тема 4. **Терминологический диктант. Анализ произведений СМИ.**

Тема 5. **Индивидуальные и коллективные упражнения по анализу текстов.**

Инструкция: участники занятия разбиваются на микрогруппы (по 3-4 человека). Преподаватель предлагает для анализа новостной текст. Задание 1: выявить тему текста на основе знаний об особенностях темы журналистского произведения. Группа, выполнившая задание первой, получает право вынести свой вариант ответа на обсуждение.

Задание 2: выявить тему и оценить качество её разработки (предлагается более трудный текст).

Задание 3: выявить тему и идею произведения (предполагается освоение ещё более сложного текста).

Тема 6. **Эссе.**

Тема 7. **Создание текста.**

Тема 8. **Конспект.**

Тема 9. **Тестирование. Сценарий.**

Тема 10. **Деловая игра. Рефлексия.**

Тема 11. **Реклама в СМИ. Виды рекламы. Портфолио по курсу.**

Примерный перечень вопросов для зачёта

1. Теория и практика массовой информации: предмет, цель, задачи курса.
2. Государственная информационная политика: основные понятия и базовые принципы.
3. Теория и методика журналистского творчества.
4. Идеино-тематические особенности произведения СМИ.
5. Структурно-композиционные особенности произведения СМИ.
6. Профессиональный анализ произведений СМИ.
7. Технические средства в процессе журналистского творчества.
8. Природа современного телевидения: язык экрана.
9. Природа современного телевидения: соотношение изображения и слова.
10. Телевизионный сценарий и сценарист: виды сценариев.
11. Телевизионный сценарий и сценарист: средства создания публицистического сценария. Работа сценариста.
12. Жанры телевизионной журналистики: информационные жанры телевидения. Информационное сообщение (видеосюжет).
13. Жанры телевизионной журналистики: аналитические жанры телевидения. Комментарий и обозрение.
14. Жанры телевизионной журналистики: художественные жанры телевидения. Очерк.
15. Методика подготовки и выступления на телевидении.
16. Правовые и профессионально-этические ориентиры творческого поведения.
17. Место рекламы в СМИ среди других публикаций. Прогнозы рекламы в СМИ.
18. Реклама СМИ. Виды рекламы.
19. Антиреклама или негативная реклама. Допустимость и границы использования подобного вида.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

А) ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации: учеб. : рек. УМО/ А.Г. Киселёв. – М. : КноРус, 2009.- 432 с.
2. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Подготовка и создание медиатекста: учеб. : рек. УМО/ А.Г. Киселёв. – СПб.: Питер, 2011.- 400 с.
3. Средства массовой информации России : учеб. пособие: рек. УМО/ под ред. Я.Н. Засурского, Е. Л. Вартанова, М.В. Шкондина. – М. : Аспект Пресс, 2008, 2011. – 381 с.

Б) ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Бакулев Г. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учеб. / Г. Бакулев. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 176 с.
2. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество. СМИ. Власть.: учеб./ А.Г. Киселёв, М.: Юнити-Дана, 2010.- 432 с.
3. Ким М.Н. Основы творческой деятельности для журналиста: учеб. : рек. УМО/ М.Н. Ким. – СПб. : Питер, 2011.- 400 с.

4. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. : рек. Мин. обр. РФ/ Г.В. Лазутина. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект-Пресс, 2004.- 240 с.
5. Романов А.А. Массовые коммуникации : учеб. пособие : рек. УМО / А.А. Романов, Г.А. Васильев. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА, 2009, 2010.- 236 с.
6. Шарков Ф.И. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность компаний: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф. И. Шарков, А.А. Родионов. –Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический проект, 2007.– 301 с.

В) ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНТЕРНЕТ- РЕСУРСЫ:

№	НАИМЕНОВАНИЕ РЕСУРСА	КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА
1.	http://www.gramota.ru	Справочно-информационный портал. Нормативные документы по русскому языку, словари, учебники, исследования и монографии. Лингвистические журналы.
2.	http://www.filologia.ru	Обширный каталог ссылок по филологии и лингвистике. Статьи, сайты и публикации по теории коммуникации. Лингвистические журналы и учебники.
3.	http://www.elibrary.ru	Научная электронная библиотека. Крупнейший российский информационный портал, содержащий тексты научных статей, публикаций, электронные версии 220 научных журналов.
	http://www.radiotoradio.ru	Издание ориентировано на профессионалов радиобизнеса. Журнал содержит аналитические материалы, справочную информацию для сотрудников радиостанций.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Оргтехника: интерактивная доска, компьютер, экран, проектор. Комплект компьютерных презентаций.

12. РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Для контроля качества усвоения знаний учебным планом предусмотрен зачет. Студенты в процессе изучения данной дисциплины слушают лекции и выполняют задания на практических занятиях. По результатам этих заданий в качестве самостоятельной работы выполняется контрольное задание «Профессиональный анализ журналистского произведения», выполнение которого является допуском к зачету. В конце курса проводится зачет по дисциплине в устной или письменной форме (по выбору студента). Для зачета необходимо ответить на 1 теоретический вопрос, а также предоставить составленный словарь основных терминов по курсу (не менее 15 терминов).

Используется следующая система аттестации при проведении зачета:

№	Элементы зачета	Min балл	Max балл	Примечание
1	Задание «Профессиональный анализ журналистского произведения», Сценарий. ПОРТФОЛИО	20	40	Выполняется как «сборка» результатов работы в семестре
2	Словарь терминов по курсу (КЛАСТЕР)	7	10	
3	Тестирование (1) Терминологический диктант	13	20	
4	Работа на пр. занятиях (Опрос)	5	10	
5	Зачетный вопрос	15	20	
	Итого	60	100	

Для зачета необходимо набрать **60 баллов**.

Краткое изложение программного материала

Тема 1. Введение. Понятие о творчестве.

План лекции:

1. Предмет, методы и задачи курса «Теория и практика массовой информации».
2. Творческая сущность человека.
3. Механизмы и критерии творчества.
4. Сочетание репродуктивных и творческих элементов в деятельности человека.
5. Творчество как высшая форма труда.
6. Зарождение и развитие специализированных видов творчества.
7. Основные формы организации творческой деятельности в развитом обществе. Их общие и отличительные черты.
8. Журналистика как специализированная область творческой деятельности. Любительство и профессионализм в журналистике.
9. Три ступени в развитии профессионала. Основные задачи студента в процессе движения к профессионализму.

Цель лекции: сформировать представление о творчестве как высшей форме труда.

Задачи:

1. Познакомить студентов с понятиями: творчество, любительство и профессионализм
2. Выявить общие и отличительные черты любительства и профессионализма
3. в современном обществе.
4. Познакомить с журналистикой как специализированной областью творческой деятельности.
5. Уточнить представление о ступенях в развитии профессионала.

Литература: [2, с. 12-16].

Тема 2. Массовые информационные потоки.

План лекции:

1. Массовые информационные потоки общества как условие его оптимального функционирования.
2. Типы информационных продуктов, составляющих массовые информационные потоки.
3. Области творческой деятельности, создающие информационные продукты. Журналистика как «цех сборки» массовых информационных потоков.
4. Журналистское произведение в структуре массовых информационных потоков.
5. Особенности производства массовых информационных потоков.

Цель лекции: сформировать представление о массовых информационных потоках.

Задачи:

1. Познакомить студентов с понятиями: массовые информационные потоки, информационные продукты
2. Выявить типы информационных продуктов, составляющие массовые информационные потоки.
3. Уточнить положение журналистского произведения в структуре массовых информационных потоков и особенности производства массовых информационных потоков.

Литература: [1, с. 271-288; 2, с.16-117].

Тема 3. Идеино-тематические особенности произведения СМИ

План лекции:

1. Тема журналистского произведения.
2. Понятия «факт», «ситуация», «проблема». Разновидности ситуаций, отражаемых журналистикой.
3. Разновидности проблем, входящих в структуру темы журналистского произведения.
4. Типы связи реальных конкретных ситуаций и масштабных проблем, проблемные и «непроблемные» журналистские материалы.
5. Идея журналистского произведения.
6. Единство «опорной» и «рабочей» идей в журналистском произведении.
7. Варианты «рабочей» идеи.

Цель лекции: сформировать представление о идейно-тематических особенностях произведения СМИ

Задачи:

1. Познакомить студентов с понятиями: тема и идея журналистского произведения, «факт», «ситуация», «проблема».
4. Выявить разновидности ситуаций, отражаемых журналистикой, типы связи реальных конкретных ситуаций и масштабных проблем,
5. Уточнить варианты «рабочей» идеи.

Литература: [2, с. 203-219].

Тема 4. Структурно-композиционные особенности произведения СМИ

План лекции:

1. Элементарные выразительные средства (ЭВС).
2. Фактологический ряд элементарных выразительных средств (ЭВС). Механизм «превращения» фактов действительности в факты текста.
3. Функции факта в тексте. Виды фактов.
4. Профессиональные требования к фактологическому ряду журналистских произведений в печати, на радио и телевидении.
5. Образный ряд элементарных выразительных средств.
6. Разновидности образных ЭВС, их функции в журналистском произведении.
7. Нормативный ряд элементарных выразительных средств. Основные разновидности нормативов, их функции в журналистском произведении.
8. Профессиональные требования к образному и нормативному рядам ЭВС в материалах для печати, радио и телевидения.
9. Композиция и монтаж как средства организации, их функциональные различия.
10. Журналистский образ как средство организации текста. Природа журналистского образа, его функции и механизм формирования в материалах для печати, радио и телевидения.
11. Отличие журналистского образа от ЭВС образного ряда

Цель лекции: сформировать представление о идейно-тематических особенностях произведения СМИ

Задачи:

1. Познакомить студентов с понятиями: Элементарные выразительные средства (ЭВС), фактологический ряд ЭВС, образный ряд ЭВС, нормативный ряд ЭВС, композиция и монтаж.
2. Выявить механизм «превращения» фактов действительности в факты текста, отличие журналистского образа от ЭВС образного ряда.
3. Сформировать представление о фактологическом, образном, нормативном ряде ЭВС.

Литература: [2, с.258-313].

Тема 6. Общее понятие о способе журналистского творчества.

План лекции:

1. Структура способа деятельности. Отличие способа творческой деятельности от способа репродуктивной деятельности.
2. Основные элементы способа творческой деятельности журналиста, доступные освоению.
3. Условия для успешного освоения способа творческой деятельности журналиста.

Цель лекции: сформировать представление о способе журналистского творчества.

Задачи:

1. Познакомить студентов с понятиями: способ творческой деятельности, способ репродуктивной деятельности.
2. Выявить основные элементы способа творческой деятельности журналиста.
3. Сформировать представление об условиях для успешного освоения способа творческой деятельности журналиста.

Литература: [2, с.117-257].

Тема 7. Творческий акт журналиста: ход работы.

План лекции:

1. Творческий акт журналиста.
2. Импульс к творческому акту журналиста.
3. Действительность как система источников информации для журналиста.
4. Типы источников информации: документ, предметно-вещественная среда, человек.
5. Основные разновидности познавательной деятельности в журналистике.
6. Основные операции процесса познания.
7. Создание текста – завершающая стадия творческого акта. Основные операции этой стадии.
8. Новые тенденции в организации творческого акта журналиста на современном этапе.

Цель лекции: сформировать представление о творческом акте журналиста.

Задачи:

1. Познакомить студентов с понятиями: творческий акт, типы источников информации.
2. Выявить типы источников информации, основные операции создания текста.
3. Сформировать представление о новых тенденциях в организации творческого акта журналиста.

Литература: [2, с.117-257].

Тема 8. Методы и приемы журналистского творчества.

План лекции:

1. Методы журналистского творчества. Факторы, определяющие их формирование. Механизм формирования методов. Соотношение методов и приемов в практике современной отечественной журналистики.
2. Методы познавательной деятельности: проработка документов, наблюдение, беседа.
3. Практика использования в журналистике методов сбора данных, применяемых в конкретных социологических исследованиях.
4. Методы предъявления информации: констатация, репортажное и реконструктивное описание, репортажное и реконструктивное повествование, характеристика, рассуждение, типизация.
5. Методы предъявления информации: цитирование, апелляция (ссылка), изложение, переосмысление, словесная инкрустация.

Цель лекции: сформировать представление о методах и приемах журналистского творчества.

Задачи:

1. Познакомить студентов с понятиями: методы и приемы журналистского творчества, констатация, репортажное и реконструктивное описание, репортажное и реконструктивное повествование, характеристика, рассуждение, типизация, цитирование, апелляция (ссылка), изложение, переосмысление, словесная инкрустация.

2. Сформировать представление о методах познавательной деятельности, предъявления информации.

Литература: [2, с.228-235].

Методические указания (рекомендации) по изучению дисциплины **Методические указания для преподавателя**

Курс «Теория и практика массовой информации» рассчитан на изучение в течение одного семестра и предполагает лекции, практические занятия и самостоятельную работу студентов. Содержание лекционных и практических занятий, заданий в рамках самостоятельной работы не дублируется. Итоговой формой проверки и учёта знаний, умений и навыков студентов является зачёт.

Одной из задач преподавателей, ведущих занятия по курсу «Теория и практика массовой информации», является выработка у студентов осознания важности, необходимости и полезности знания дисциплины для дальнейшей их работы. Методическая модель преподавания дисциплины основана на применении активных методов обучения. Принципами организации учебного процесса являются:

- выбор методов преподавания в зависимости от различных факторов, влияющих на организацию учебного процесса;
- объединение нескольких методов в единый преподавательский модуль в целях повышения эффективности процесса обучения;
- активное участие слушателей в учебном процессе;
- проведение практических занятий, определяющих приобретение навыков решения проблемы;
- приведение примеров применения изучаемого теоретического материала к реальным практическим ситуациям.

Наиболее эффективными методами освоения содержания курса являются:

- лекция (Т. 1-4, 6-8)
- метод проблемного изучения материала (Т.3, 4, 8);
- эвристическая беседа (Т.7);
- демонстрация (Т. 3, 4);
- дидактические игры (Т.10);
- дискуссия (Т.10);
- устный и письменный опрос (Т.3, 4, 5, 7, 9);
- метод упражнений (Т. 3, 4, 5).

Для более глубокого изучения предмета преподаватель предоставляет студентам информацию о возможности использования Интернет-ресурсов по разделам дисциплины (см., прежде всего, порталы: www.gramota.ru, www.grammar.ru). Содержание практических занятий определяется календарным тематическим планом, который составляется преподавателем, проводящим эти занятия на основе рабочей программы. При наличии академических задолженностей по занятиям, связанных с их пропусками, преподаватель назначает студенту встречу в часы консультаций для опроса по пропущенной теме занятия. Для контроля знаний студентов по данной дисциплине необходимо проводить текущий, промежуточный и итоговый контроль.

Текущий контроль осуществляется путем проведения опросов студентов на практических занятиях, проверки выполнения упражнений, а также учета вовлеченности (активности) студентов при обсуждении мини-докладов, организации ролевых игр и т.п.

Промежуточный контроль подразумевает проведение тестирования (два раза в семестр) по пройденным разделам курса. В тестирование могут быть включены темы, предложенные студентам для самостоятельной подготовки, а также практические задания. Система оценок выполнения контрольного тестирования:– «отлично» (7,5 б.) – количество правильных ответов от 80 до 100 процентов;– «хорошо» (5,7 б.) – от 66 до 80 процентов;– «удовлетворительно» (3,7 б.) – от 50 до 65 процентов. Итоговый контроль осуществляется в виде зачёта. На зачёте студентам предлагается ответить на 2 вопроса по материалам учебной дисциплины. Ответы на поставленные вопросы даются в устном виде. При подведении итогов учитываются результаты тестирования, а также активность студента на занятиях.

Методические указания для студентов

Материалы УМКД должны использоваться студентом при подготовке к занятиям, т.к. содержат основные вопросы, задания и упражнения, обсуждаемые и разбираемые в аудиторных часах, а также образцы контрольных и самостоятельных работ, которые позволят хорошо подготовиться к проверке знаний и умений.

В рамках практических и лекционных занятий студент должен составлять глоссарий (словарь терминов, используемых по изучаемой теме).

Подготовка к практическим занятиям предполагает чтение указанных источников, их конспектирование, а также выполнение ряда практических упражнений, разбор и анализ которых будет произведён в аудиторные часы. Задания, которые необходимо выполнить письменно, даны с пометой (П).

В рамках самостоятельной работы студентам рекомендуется выполнять все задания согласно срокам, указанным в УМКД.

К каждому занятию приведена литература, рекомендуемая для чтения, изучения и конспектирования и содержащая ответы на вопросы изучаемой темы.

В рамках самостоятельной работы студентам рекомендуется все задания (чтение литературы, конспектирование источников) выполнять согласно срокам, указанным в УМКД.

Советы по подготовке к зачёту:

Содержание вопросов к зачёту отражает всю программу курса Теория и практика массовой информации. Для хорошей подготовки к зачёту студент должен выполнять все задания в полном объёме и согласно срокам, указанным в УМКД.

К сдаче зачёта студент допускается после предоставления отчётных материалов:

- 1) портфолио;
- 2) кластер;
- 3) конспекты по всем темам;
- 4) самостоятельные и контрольные работы.

Методические указания к практическим занятиям

План практических занятий (8 ч.)

ТЕМА	кол-во аудиторных часов	Кол-во часов для сам. Работы

5. Профессиональный анализ произведения СМИ	2	3
9. Природа современного телевидения. Типовая технология телепередачи. Телевизионные жанры.	2	8
10. Телевизионный сценарий и сценарист	2	6
11. Реклама в СМИ. Виды рекламы.	2	8

Тема 5. Профессиональный анализ произведения СМИ

План

1. Место профессионального анализа текста в структуре деятельности журналиста.
2. Методика анализа. Пути выявления основных характеристик произведения (его темы, идеи, структурно-композиционных особенностей).
3. Оценка качества идейно-тематического и структурно-композиционного решений материала в соответствии с определенными критериями.

Литература

Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. : рек. Мин. обр. РФ/ Г.В. Лазутина. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект-Пресс, 2004.

Домашнее задание

1. Используя Критерии оценки журналистского произведения, проведите письменный анализ публикации (статьи, очерка, заметки) из местного и центрального издания («Моя мадонна», «Комсомольская правда», «Аргументы и факты», «Благовещенск»):

Критерии оценки журналистского произведения:

- новизна реальной конкретной ситуации, достоверность ее воспроизведения и обоснованность интерпретации;
- масштаб и значимость проблемы, под углом зрения которой рассматривается реальная конкретная ситуация;
- оперативность материала;
- конструктивность и убедительность идеи;
- достаточная полнота и яркость ЭВС, мотивированность их применения;
- четкость и мотивированность монтажно-композиционного решения произведения;
- смысловая точность, яркость, запоминаемость журналистского образа;
- логическая и лексико-стилистическая грамотность материала.

Понятие о дитексе (диаграмма «текст-смысл») – графической модели произведения, позволяющей выявить в нем авторские погрешности.

Тема 9. Природа современного телевидения. Типовая технология телепередачи. Телевизионные жанры.

План:

1. Язык экрана. Понятие кадра. План на телевидении и их виды. Телевизионный ракурс. Шумы. Специфика монтажа и его виды. Виды съёмки.
2. Основы режиссуры прямого эфира. Основные технологии. Соотношения изображения и слова. Особенности связи слова и изображения на телевидении. Место изображения в кадре.
3. Жанр, как явление и профессия. Основные понятия жанрового многообразия на телевидении. Специфика телевизионных жанров. Телепередача. Телепрограмма. Телеканал.
4. Жанры телевизионной журналистики: информационные, аналитические, художественные.

Литература

Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации: учеб. : рек. УМО/ А.Г. Киселёв. – М. : КноРус, 2009. – С. 169-180.

Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. : рек. Мин. обр. РФ/ Г.В. Лазутина. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект-Пресс, 2004.

Домашнее задание

1. Напишите конспект по предложенным вопросам.
2. Составьте таблицу: «Жанры телевизионной журналистики», приведите примеры. Выявите специфику телевизионных жанров.
3. Опишите основы режиссуры прямого эфира, основные технологии на телевидении.

Тема 10. Телевизионный сценарий и сценарист.

План

1. Искусство написания сценария.
2. Общее и различное в телесценарии и материале для газеты.
3. Виды сценариев.
4. Порядок и принципы написания и оформления сценария. Заявка, как сложившийся замысел. Заявка и сценарий.
5. Средства создания сценария. Тема, идея, композиция.
6. Основные элементы композиции: «экспозиция – заявка – перипетии – кульминация – перипетии – развязка».
7. Сюжет. Ремарка.
8. Сценарист в творческой группе. Работа сценариста после съёмки.
9. Творческие профессии на телевидении: редактор (продюсер), телерепортёр, комментатор и обозреватель, интервьюер, ведущий новостей.
10. Критерии оценки журналистской работы.

Литература

Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации: учеб. : рек. УМО/ А.Г. Киселёв. – М. : КноРус, 2009. – С. 145-180.

Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. : рек. Мин. обр. РФ/ Г.В. Лазутина. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект-Пресс, 2004.

Домашнее задание

1. Напишите конспект по предложенным вопросам.
2. Составьте сценарий теленовостей.

Тема 11. Реклама в СМИ. Виды рекламы.

План:

1. Понятия. Особенности рекламы в рыночных условиях.
2. Реклама в СМИ: за и против. Подходы к отбору и структурированию рекламы. Место рекламы в СМИ среди других публикаций. Прогнозы рекламы в СМИ.
3. Коммерческая реклама. Сущность характеристики.
4. Политическая реклама. Отличие политической рекламы от любой другой деловой информации.
5. Рекламная кампания. Приёмы создания положительного имиджа политика.
6. Антиреклама или негативная реклама. Допустимость и границы использования подобного вида.

Литература

Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации: учеб. : рек. УМО/ А.Г. Киселёв. – М. : КноРус, 2009. – С. 295-307.

Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. : рек. Мин. обр. РФ/ Г.В. Лазутина. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект-Пресс, 2004.

Домашнее задание

1. Напишите конспект по предложенным вопросам.
2. Сделайте подборку политической рекламы, коммерческой и антирекламы.

Методические указания по самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа студентов – важнейшая составная часть занятий по Теории и практике массовой информации, необходимая для полного усвоения программы курса. Целью самостоятельной работы является закрепление и углубление знаний, подготовка к текущим практическим занятиям, промежуточным формам контроля знаний (тестированию, контрольным работам и пр.) и к зачету. Самостоятельная работа способствует формированию у студентов навыков работы с литературой по лингвистике, социологии, развитию культуры умственного труда и поискам в приобретении новых знаний. Методическое обеспечение самостоятельной работы по теории и практике массовой информации состоит из:

- Определения учебных вопросов, которые студенты должны изучить самостоятельно;
- Подбора необходимой учебной литературы, обязательной для проработки и изучения;
- Поиска дополнительной научной литературы, к которой студенты могут обращаться по желанию, если у них возникает интерес к данной теме;
- Определения контрольных вопросов, позволяющих студентам самостоятельно проверить качество полученных знаний;
- Организации консультаций преподавателя со студентами для разъяснения вопросов, вызвавших у студентов затруднения при самостоятельном освоении учебного материала.

Самостоятельная работа студентов включает: чтение основной и дополнительной литературы, рекомендуемой программой дисциплины по каждой изучаемой теме, составление конспектов, выполнение упражнений. Объем самостоятельной работы рассчитан в соответствии с положением о базовых методических комплексах по дисциплине (из расчета не менее 50% от аудиторной нагрузки).

График самостоятельной работы

Объем самостоятельной работы – 56 часов.

28 часов – чтение литературы.
 28 часов – конспектирование источников, выполнение упражнений.
 Форма проверки – собеседование, предоставление конспектов, проверка упражнений
 в аудиторские часы.

График самостоятельной работы

ТЕМА	месяц	Кол-во часов для сам. Работы
1. Введение. Понятие о творчестве	сентябрь	4
2. Массовые информационные потоки	сентябрь	4
3. Идеино-тематические особенности произведения СМИ.	сентябрь	4
4. Структурно-композиционные особенности произведения СМИ	октябрь	4
5. Профессиональный анализ произведений СМИ	октябрь	4
6. Общее понятие о способе журналистского творчества	октябрь	4
7. Творческий акт журналиста: ход работы	ноябрь	6
8. Методы и приёмы журналистского творчества	ноябрь	4
9. Природа современного телевидения. Типовая технология телепередачи. Телевизионные жанры	ноябрь	8
10. Телевизионный сценарий и сценарист	декабрь	6
11. Реклама в СМИ. Виды рекламы.	декабрь	8
итого		56 (час.)

Сентябрь

С/Р 2. Система средств массовой информации Российской Федерации в начале XXI века

Основные тенденции формирования и функционирования рынка прессы, радиовещания и телевидения накануне 300-летия возникновения российской печати. Столичная и общенациональная пресса. Периферийная пресса, ТВ и радио.

Закон «О свободе совести и религиозных организациях» и формирование института религиозной прессы. Средства массовой информации и проблемы мирового сообщества. Освещение международной жизни в СМИ. Роль телеграфных агентств в современных информационных потоках. Российские СМИ в Интернете. Проблемы реформирования экономической и общественной жизни и Интернет.

Литература

1. История отечественной журналистики (1917- 1945) : хрестоматия : учеб. пособие / сост. : И.В. Кузнецов [и др.]. – М. : Изд-во Московского ун-та, 1999.

2. История печати : антология. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 419 с. – (Серия «Классика журналистики»).
3. Есин, Б.И. История русской журналистики (1703-1917) : учеб.-метод. комплект / Б.И. Есин. – М. : Наука, 2000. – 464 с.
4. Овсепян, Р.П. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917 - 90-е гг.) : учебное пособие / Р.П. Овсепян ; под ред. Я.Н. Засурского. – М. : Изд-во Московского ун-та, 1999. – 304 с.
5. Пресса в обществе (1959-2000). Оценки журналистов и социологов : документы. – М. : Изд-во Московской школы политических исследований, 2000. – 616 с.

С/Р 3. Жанры журналистики.

Привести определение понятия «жанр». Перечислить и охарактеризовать основные группы жанров в прессе, на радио и телевидении. Рассказать о характерных особенностях каждой группы жанров. Найти сходство и различие в жанрах журналистики. Например, рассказать об основных признаках сходства и различия информационных, художественно публицистических и аналитических жанрах.

Литература

1. Гусев, Н. Современные жанры в журналистике / Н. Гусев. – М., 2001.
2. Деннис, Э. Беседы о масс медиа / Э. Деннис, Д. Мэривелл. – М., 2002.
3. Маилян, И.С. Информационные жанры журналистики / И.С. Маилян. – Ростов-на-Дону, 1997.
4. Тertyчиный, А.А. Жанры периодической печати : учеб. пособие / А.А. тertyчный. – М., 2000.
5. Копперуд, Р. Как преподносить новости / Р. Копперуд, Р. Нельсон. – М., 1998.

С/Р Жанры художественной публицистики в печатных и электронных СМИ.

Охарактеризовать в чем проявляется специфика художественной публицистики в газете, на радио и телевидении. Охарактеризовать жанровые признаки очерка в печатных и электронных СМИ. Рассказать о назначении и возможностях жанра зарисовки. Определить в чем выражаются особенности эссе в газете, на радио и телевидении.

Чем отличается фельетон от памфлета? Методика работы над созданием художественной публицистики. Охарактеризовать методику создания хроникальной краткой и развернутой заметки. Назвать особенности интервью и репортажа в газете.

Литература

1. Коновалова, О.В. Тенденции развития региональной системы телекоммуникаций / О.В. Коновалова. – Ростов н/Д., 2003.
2. Явчуновский, Я.И. Документальные жанры. Образ, жанр, структура произведения / Я.И. Явчуновский. – Саратов, 2004.
3. Тertyчиный, А.А. Жанры периодической печати : учеб. пособие / А.А. Тertyчный. – М., 2000.

С/Р 3. Статья в современной газете.

Статья как аналитический жанр периодической печати. Процесс сбора материала для статьи. Работа над статьей. Виды статьи. Публицистический комментарий, заметки публициста, корреспонденция. Комментарий на международную тему. Тема науки, культуры и искусства в СМИ. Тема функционирования печати, радио, телевидения, Интернета в СМИ. Сравнить научную, научно – популярную, критическую и художественно - публицистическую статьи. Рассказать о принципах выбора темы для статьи, об особенностях композиционного построения статьи. Коснуться статьи как части традиционной рубрики в газете. Рассказать о вспомогательном аппарате статьи: ссылки, сноски, статистические данные. Рассмотреть проблему выбора иллюстративного материала к статьям – научно и художественно-публицистической. В заключительной части работы, рассмотреть проблему читательских откликов на статью: официальный отзыв ответственных лиц, упомянутых в статье, отклики

читателей. «Судьба статьи» - статья в СМИ как повод для журналистского или судебного расследования.

Литература.

1. Прохоров, Е.Л. Введение в теорию журналистики : учеб. пособие / Е.Л. Прохоров. – М., 2000.

2. Ворошилов, В.В. Журналистика : базовый курс / В.В. Ворошилов. – СПб., 2002.

Октябрь

С/Р 4. Заголовок в газете. Требования к заголовкам.

Дайте определение и объясните в чем сходства и разницу между понятиями «бренд», «логотип» и заголовочный комплекс на материале современных печатных СМИ. Проанализируйте характерные особенности и мотивацию требований предъявляемых к заголовочному комплексу. Расскажите о традиционных композиционных приемах в создании заголовочного комплекса. Уточните связь между визуальными и литературными компонентами заголовочного комплекса, как единого художественного образа. Раскройте достоинства или недостатки заголовочного комплекса конкретного газетного номера. Как бы вы его перестроили?

Литература

1. Ворошилов, В.В. Журналистика : базовый курс / В.В. Ворошилов. – СПб., 2002.

2. Ныrkова, Л.М. Как делается газета : практическое пособие / Л.М. Ныrkова. – М. : ТОО «Гендальф», 1998. – 68 с.

С/Р 4. Сюжет и композиция в журналистике.

Раскройте смысл понятий сюжет, фабула, композиция применительно к газетным материалам. Охарактеризуйте методы изложения в материалах для печати. Назовите типы аргументов в материалах для печати. Каково взаимодействие содержания и формы в материалах прессы? Назовите модели и выразительные средства текста для периодической печати. В чем сходство и различия интервью и репортажа, заметки и отчета, статьи и корреспонденции? Сделайте разбор корреспонденции. Найдите в ней элементы других жанров: зарисовки, репортажа, отчета и т. п. Какие виды сюжета в газетном очерке Вы знаете? Проиллюстрируйте последними публикациями.

Литература.

1. Прохоров, Е.Л. Введение в теорию журналистики : учеб. пособие / Е.Л. Ворошилов. – М., 2000.

2. Основы творческой деятельности журналиста : учебник для студентов по специальности «Журналистика» / ред.- сост. С.Г. Корконосенко. – СПб., 2000. – 272 с.

С/Р 6. Журналистская этика (2 час.).

Предмет, сущность и основные функции. Социальная обусловленность позиции журналиста. Проблема выбора. Истина. Принципы гласности. Журналист и источники информации. Журналист и его герои. Редакционный коллектив и нормы служебной этики. Раскройте содержание системы журналистского права в России. Охарактеризуйте типичные нарушения законодательства со стороны журналистов. Три вида ответственности журналиста: социальная, правовая и этическая. Что их отличает и объединяет? Раскройте содержание системы журналистского права в России. Чем отличаются в этике журналиста принцип от нормы, дискуссионная норма от допустимой и обязательной? В чем разница между профессиональной и служебной этикой журналиста?

Литература

1. Авраамов, Д.С. Профессиональная этика журналиста : учеб. пособие / Д.С. Авраамов. – М., 1999.

2. Лазутина, Г.В. Профессиональная этика журналиста : учеб. пособие по журналистике / Г.В. Лазутина. – М., 2001.

3. Шостак, М.И. Репортер : профессионализм и этика / М.И. Шостак. – М.

С/Р 6. Работа редакции.

Редакция газеты как производственно-творческая структура. Особенности журналистской работы. Система управления редакционным коллективом. Научная организация труда в редакции. Инструментарий современного журналиста. Штатное расписание редакций. Организация редакционных процессов при выпуске печатных СМИ. Требования техники безопасности и охраны окружающей среды. Технические средства печатных СМИ, радиовещания и телевидения.

Правовая регламентация деятельности журналиста.

Литература

1. Ныркова, Л.М. Как делается газета : практическое пособие / Л.М. Ныркова. – М. : ТОО «Гендальф», 1998.

2. Лазутина, Г.В. Основы творческой деятельности журналиста : учебник для вузов / Г.В. Лазутина. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 240 с.

3. Накорякова, К.М. Литературное редактирование материалов массовой информации / К.М. Накорякова. – М. : Изд-во Московского университета, 1994.

4. Рабочая книга редактора районной газеты / под ред. Я.Н. Засурского. – М., 1981.

Ноябрь

С/Р 7. Радиожурналистика. Радиоинтервью и радиорепортаж.

Почему жанры радиоинтервью и радиорепортажа являются самыми характерными для радиовещания? Чем отличается самостоятельное интервью от фрагментов интерес в радиорепортаже? Как вы будете определять, какой жанр лучше избрать для освещения происходящего события: интервью или репортаж? Охарактеризовать особенности проблемного, познавательного репортажей.

Литература

1. Бараневич, Ю. Жанры радиовещания : проблемы становления, формирования, развития / Ю. Бараневич. – Киев, 1978.

2. Ворошилов, В.В. Журналистика / В.В. Ворошилов. – СПб., 2001.

3. Зарва, М. Слово в эфире. О языке и стиле радиопередач / М. Зарва. – М., 1977.

4. Летунов, Ю. Время. Люди. Микрофон / Ю. Летунов. – М., 1974.

5. Мастерство эфирного выступления. – М., 1984.

6. Смирнов, В.В. Формы вещания / В.В. Смирнов. – М., 2002.

7. Смирнов, В.В. Жанры радиожурналистики / В.В. Смирнов. – М., 2002.

С/Р 8. Интервью, телеинтервью и работа над ними.

Особенности и назначение жанра. Виды интервью. Интервью как жанр и как метод сбора информации. Процесс подготовки к беседе с интервьюируемым. Литературная работа над материалами в жанре «интервью». Интервью в современных СМИ. Известные мастера популярного жанра.

Дать определение понятию жанра телеинтервью. Объяснить, чем отличается интервью-монолог от интервью-факта. Проиллюстрировать примерами из информационных выпусков новостей. Назвать отличительные черты телеинтервью - сообщения. Описать особенности телеинтервью-портрета, сравнить его с телеинтервью-мнением. Проанализировать критические интервью. Рассмотреть особенности телеинтервью-зарисовки.

Литература

1. Белановский, С.А. Методика и техника фокусированного интервью / С.А. Белановский. – М., 1993.

2. Коновалова, О.В. Информационные жанры на телевидении / О.В. Коновалова. – Ростов-на-Дону, 1997.

3. Муратов, С. Диалог. Телевизионное общение в кадре и за кадром / С. Муратов. – М., 1983.

4. Коновалова, О.В. Основы журналистики / О.В. Коновалова. – Ростов-на-Дону, 2005.

С/Р 8. Методы сбора информации в журналистике.

Во вводной части раскрыть понятия «метод» и «прием». Рассказать о специфике методов сбора информации в журналистике. Охарактеризовать метод журналистского опроса и привести «шесть правил» опроса. Раскрыть содержание метода «журналистское наблюдение», как формы сбора информации. Показать методику работы с документами. Назвать и охарактеризовать основные методы анализа документов в журналистике. Существуют ли проблемы, связанные с допуском журналистов к информации? Какие виды источников информации Вы знаете? Каковы этические требования при работе с ними?

Литература:

1. Коновалова, О.В. Основы журналистики / О.В. Коновалова. – Ростов-на-Дону, 2005.

2. Ворошилов, В.В. Журналистика : базовый курс / В.В. Ворошилов. – СПб., 2002.

С/Р 8. Журналистское расследование в СМИ и на телевидении.

Укажите: какая разница между исследованием и расследованием в журналистике. Проиллюстрируйте практику расследовательской журналистики в современной России. Что такое конфликт? Какова их классификация? Проанализируйте публикации, в которых описываются социальный, трудовой, нравственный конфликты. Опишите и охарактеризуйте приемы и методы, используемые при проведении журналистского расследования. В журналистском расследовании особую остроту имеют проблемы журналистской этики, особенно при получении информации, охарактеризуйте с этой точки зрения источники информации и методы работы с ними. Раскройте смысл понятия версификация, и приведите случаи необходимости или недопустимости этого журналистского приема. Охарактеризуйте психологические методы получения информации, подбор «ключей» к источникам; нестандартные методы сбора информации.

Литература

1. Ворошилов, В.В. Журналистика : базовый курс / В.В. Ворошилов. – СПб., 2002.

2. Тертычный, А.А. Расследовательская журналистика / А.А. Тертычный. – М., 2002.

3. Станько, А.И. Журналистское расследование в СМИ / А.И. Станько. – Ростов-на-Дону, 2004.

С/Р 9. Информационные жанры журналистики в СМИ и на телевидении.

Событийная информация на страницах ежедневной газеты, еженедельника, в аудиовизуальных СМИ. Понятие новости. Оперативность и актуальность. Сенсация и сенсационность. Особенности и место заметки на страницах периодической печати, в эфире. Виды заметок. Литературное оформление заметок.

Определить особенности информационных жанров на телевидении в сравнении с печатными СМИ. Рассказать о телесообщении, как специфическом жанре телевизионной публицистики и о методах работы журналиста над его созданием. Чем отличается телевизионный сюжет от телесообщения?

Литература

1. Пельт, В.Д. Информационные жанры газетной публицистики / В.Д. Пельт, М.З. Тузова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1986.

2. Телевизионная журналистика. – М. : Изд-во Московского университета, 2002.

3. Егоров, В.В. Телевидение и власть / В.В. Егоров. – М., 1998.

4. Багиров, Э.Г. Основы телевизионной журналистики / Э.Г. Багиров, Р.А. Борецкий, А.Ю. Юровский. – М. : Изд-во Московского гос. ун-та, 1987.

5. Телевизионная журналистика : учебник. – М. : Изд-во Московского гос. ун-та, 1998.

6. Максимов, А. Видеокамера, видеосъемка, видеофильм / А. Максимов. – Рига, 1991.

С/Р 9. Репортаж в печатных СМИ и на телевидении.

Проанализировать специфику телерепортажа как жанра. Сформулировать наиболее

общие черты событийного телерепортажа. Привести примеры. Каковы требования, предъявляемые к проблемному репортажу? Охарактеризовать особенности инсценированного и иллюстрированного телерепортажа.

Литература

1. Телевизионный репортаж. – М., 1997.
2. Журналисты в «горячих точках». – М., 2000.
3. Дмитриев, Л.А. Сто вопросов и ответов о творчестве журналиста / Л.А. Дмитриев. – М., 2002.
4. Телевизионная журналистика. – М., 2002.

С/р 9. Реклама и ее жанры в СМИ.

Дать определение понятию «жанр» в рекламном творчестве. Какие общепублицистские жанры используют рекламисты в рекламной деятельности? Привести соответствующие примеры хроникальной, краткой, расширенной заметок о любом факте из сферы рекламы. Указать типичные ошибки в подаче заметки-рекламы и исследовать способы их исправления. Проанализировать ведущие жанровые варианты печатной рекламы. Рассмотреть основные жанры радиорекламы. Охарактеризовать наиболее часто встречающиеся жанры телевизионной рекламы.

Литература

1. Грицук, А.П. История рекламы : учеб. пособие. Ч. 1, 2 / А.П. Грицук. – Ростов-на-Дону, 2000.
2. Картер, Г. Эффективная реклама / Гарри Картер. – М. : Бизнес-информ, 1998.
3. Реклама : палитра жанров / Ученова В.В., Шомова С.А., Гринберг Т.Э., Конаныхин К.В. – М. : РИП-холдинг, 2000.
4. Феофанов, О.А. Реклама : новые технологии в России / О.А. Феофанов. – СПб., 2000.
5. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М., 1990.
6. Тулупов, В.В. Российская пресса : дизайн, реклама, типология / В.В. Тулупов. – Воронеж : ИНФА, 1996. – 112 с.

Декабрь

С/Р 10. Аналитические жанры журналистики в печатных СМИ и на ТВ.

Охарактеризовать особенности аналитических жанров печатных и электронных средств массовой информации. Дать определение понятию «корреспонденция». Сравнить корреспонденцию в газете, на радио и телевидении. Рассмотреть особенности беседы в газете, на радио и телевидении. Какие требования предъявляются к дискуссии? Охарактеризовать особенности ток-шоу и ризлити-шоу.

Литература

1. Аналитические жанры газеты. – Екатеринбург : Изд-во Уральского университета, 1996.
2. Егоров, В.В. Большая культура и малый экран / В.В. Егоров. – М., 1998.
3. Радиожурналистика. – М. : Изд-во Московского ун-та, 2000.
4. Тертычный, А.А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход / А.А. Тертычный. – М., 1998.
5. Смирнов, В.В. Жанры радиожурналистики / В.В. Смирнов. – М., 2002.

С/Р 10. Основные стадии производства телевизионных программ.

Технические основы телевидения. Принципы построения приемно-передающей телевизионной системы. Телевизионные стандарты. Магнитная видеозапись. Цифровое телевидение. Телевидение высокой четкости. Телевизионные центры и их оборудование. Внестудийное телевизионное оборудование, передвижная и репортажная телевизионная техника. Организация телевизионного вещания. Роль журналиста в телевизионном производстве. Спутниковое телевизионное вещание и системы кабельного телевидения. Перспективы развития телевидения. Планирование производства. Источники формирования телевизионных программ. Выбор темы и ее мотивировка. Разработка литературного и режиссерского сценариев или

сценарного плана. Выбор изобразительных и выразительных средств. Выбор технических средств для прямой телевизионной передачи или видеозаписи.

Телевизионная съемка и подготовка технически пригодной программы. Монтаж. Верстка программы дня, недели. Принципы верстки программ дня и недели. Выпуск программы в эфир.

Литература

1. Багиров, Э.Г. Основы телевизионной журналистики / Э.Г. Багиров, Р.А. Борецкий, А.Ю. Юровский. – М. : Изд-во Московского гос. ун-та, 1987.
2. Телевизионная журналистика : учебник. – М. : Изд-во Московского гос. ун-та, 1998.
3. Максимов, А. Видеокамера, видеосъемка, видеофильм / А. Максимов. – Рига, 1991.

Рекомендации по работе с литературой

Список литературы к практическому занятию необходимо изучить выборочно согласно плану к теме. Помните: научная литература не предназначена для чтения, она предназначена для изучения. Читайте медленно, выбирая ключевые тезисы, повторяя их про себя и записывая. Обязательно составьте конспект изучаемого текста с выделением главной информации. Разбирая то или иное явление, покажите его на примерах. Для конспектов источников лучше иметь отдельную тетрадь.

Рекомендации по подготовке к практическим занятиям

1. Внимательно прочитайте план и задания.
2. Условно разделите задания на «сложные» и «несложные».
3. Ознакомьтесь со списком литературы.
4. Выберите для себя 2-3 источника и проработайте их под конспект, ориентируясь на план и задания к практическому занятию.
5. Задания, которые без помет, выполните устно.
6. Задания, которые с пометой «П», выполните письменно.

Рекомендации по подготовке к зачёту

Готовясь к зачету, следуйте алгоритму:

1. Внимательно прочитайте список вопросов.
2. Условно разделите вопросы на «сложные» и «несложные». Займитесь сначала сложными.
3. Прочитайте материалы с практическими заданиями, Вашими записями и конспектами.
4. Обратитесь к словарям и учебникам за дополнительной информацией.

Контроль знаний

Текущий контроль знаний

Методические указания к выполнению рубежных мероприятий

Терминологический диктант

Терминологический диктант проводится на третьем занятии и предполагает проверку усвоения студентами основных терминов и понятий, изучаемых в Т. 1- 4.

Методические рекомендации: задание выполняется на отдельном листе. В столбик выписываются основные понятия и термины, даётся им определение.

Материал терм. диктанта

Задание: дать определение терминам и понятиям:

Творчество, любительство, профессионализм, столичная и общенациональная пресса, периферийная пресса печать, телевидение, радио, СМИ, статья, «бренд», «логотип», заголовочный комплекс, факт, проблема, идея, рабочая идея, опорная идея, ЭВС, тема, фактологический ряд, нормативный ряд, образный ряд, композиция, монтаж, журналистский образ, интервью, репортаж, заметка, отчет, корреспонденция, зарисовка, репортаж.

Тест по теории и практике массовой информации

Методические рекомендации: при выполнении этого теста необходимо выбрать правильный вариант ответа согласно заданию и выписать его на лист, проставив номера заданий (арабские цифры) и против них номера ответов (буквы).

Материал теста

1. Качественные изменения отечественных СМИ в конце XX века выражались в:

- а) доминировании государственной собственности в сфере СМИ;
- б) жесткой централизации СМИ;
- в) широкой демократизации информационной деятельности;
- г) моноидеологичности.

2. В духовной сфере общества журналистика выполняет роль:

- а) познавательную;
- б) информационно-коммуникативную;
- в) организаторскую;
- г) духовно-идеологическую.

3. Первоначальное значение слова «газета»:

- а) периодическое печатное издание;
- б) информационный листок;
- в) текст на пергаменте;
- г) итальянская мелкая монета, составлявшая цену письменного сообщения о какой-либо товарной новости.

4. Доминирующие предпосылки возникновения журналистики:

- а) материально-технические;
- б) социально-политические реформы;
- в) информационные;
- г) духовно-идеологические.

5. Массовая информация предназначена для:

- а) профессиональной аудитории;
- б) интеллектуальной аудитории;
- в) определенных категорий, слоев населения;
- г) неограниченной аудитории.

6. В политической жизни общества журналистика выполняет роль:

- а) регулирующую;
- б) управленческую;
- в) организаторскую;
- г) информационно-коммуникативную.

7. Российские СМИ в условиях реформирования общества в конце XX века характеризовались:

- а) политико-идеологическим контролем;
- б) сохранением единой формы собственности в сфере СМИ;
- в) развитием в условиях демократии, правового государства, многопартийности;
- г) жесткой централизацией, сохранением вертикали СМИ.

8. В годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. задачу информационного

отображения войны выполнял специальный орган:

- а) РОСТА;
- б) АПН;
- в) Советское информационное бюро;
- г) ТАСС.

9. Содержательно массовая информация представляет собой информацию:

- а) о политической жизни общества;
- б) о духовно-идеологической сфере общества;
- в) о социально значимых событиях;
- г) об экономических проблемах общества.

10. Важную роль в развитии отечественной прессы сыграл «Манифест», принятый 17 октября

- а) 1900 года;
- б) 1905 года;
- в) 1914 года;
- г) 1917 года.

11. Преобладающими периодическими печатными изданиями России во второй половине XVIII века являлись:

- а) газеты;
- б) журналы;
- в) бюллетени;
- г) альманахи.

12. Советская журналистика характеризуется:

- а) свободой слова и деятельности СМИ;
- б) идеологическим плюрализмом;
- в) отсутствием жесткой вертикализации СМИ;
- г) господством государственной формы собственности на СМИ.

13. Социальная информация отражает:

- а) события социальной сферы общества;
- б) информацию об обществе в целом;
- в) факты с точки зрения их общественной значимости и служит для общения между людьми, достижения ими своих целей, обусловленных их социальным положением;
- г) жизнедеятельность определенных социальных структур.

14. В социальной сфере общества журналистика выполняет роль:

- а) информационно-коммуникативную;
- б) регулирующую;
- в) духовно-идеологическую;
- г) ретранслятора социальной информации.

15. Современным взаимоотношениям российского государства и СМИ характерно:

- а) господство государственных СМИ;
- б) отсутствие широкой правовой базы журналистской деятельности;
- в) усиление государственного контроля над СМИ;

г) провозглашение и реализация гарантий свободы слова и массовой информации.

16. Журналистская информация по содержанию, прежде всего:

- а) социальная;
- б) научно-техническая;
- в) политическая;
- г) экономическая.

17. Средством массовой информации не является:

- а) художественный кинофильм;
- б) учебная литература;
- в) художественная литература;
- г) периодическое печатное издание.

18. Информационная инфраструктура – это:

- а) типологические особенности СМИ государства;
- б) развитая структура средств массовой коммуникации;
- в) система жизнеобеспечения информационной деятельности в стране;
- г) развитая система информационных агентств и служб.

19. Особенностью развития отечественных СМИ в 90-е годы XX века являлось:

- а) реформирование отечественных СМИ в условиях складывающихся рыночных отношений;
- б) сохранение советских правовых основ, регулирующих сферу деятельности СМИ;
- в) сохранение информационной изоляции;
- г) сохранение традиционной системы подготовки журналистских кадров.

20. Журнал отечественного публициста Н.И. Новикова назывался:

- а) «Трудолюбивая пчелка»;
- б) «Полезное увеселение»;
- в) «Трутень»;
- г) «Доброе намерение».

21. Информационное общество – это:

- а) общество, в котором господствует государственная информационная политика;
- б) общество, в котором налажен информационный обмен;
- в) общество с развитыми СМИ;
- г) открытое общество, в котором в качестве базисной характеристики выступает доминирующая личностная собственность на знания и информацию, имеющая свойства товара.

22. Предметом учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации» является:

- а) массовая информация как общественное явление;
- б) содержание конкретных произведений журналистского творчества и методика их применения в практике связей с общественностью;
- в) журналистская деятельность;
- г) сущность и структура СМИ.

23. Первая российская печатная газета называлась:

- а) «Ведомости»;
- б) «Известия»;

в) «Куранты»;

г) «Новости».

24. Один из первых нормативно-правовых актов Советской власти:

а) Закон «О прессе»;

б) Декрет СНК «О печати»;

в) Временный устав о цензуре прессы;

г) Временный устав о печати.

ТЕСТ № 2.

1. Журналистская деонтология это:

1 одна из концепций свободы слова

2 функция менеджмента СМИ

3 сочетание социальной, гражданской, юридической этической ответственности журналиста.

2. Плюрализм СМИ это:

1 функция журналиста

2 разномыслие

3 метод управления

3. Название первой российской газеты

1 «Ведомости»

2 «Петровские ведомости»

3 «Куранты»

4. Федеральные (национальные) СМИ это

1 СМИ, которые работают в столице государства.

2 СМИ, которые учреждены высшими органами власти.

3 СМИ, которые распространяемые по всей территории государства.

5. Инфраструктура СМИ это

1 система жизнеобеспечение СМИ

2 офис редакции

3 система корреспондентских пунктов одного СМИ.

6. Автором первого свода норм профессиональной этики российских журналистов был

1. Петр 1.

2. М.В.Ломоносов

3. В.И.Ленин.

7. В соответствии с Законом РФ о СМИ публиковать свои материалы в СМИ без редакторской правки имеет право:

1 редактор издания

2 депутат

3 высшее должностное лицо государства.

8.Реальная аудитория СМИ это:

1 те, кто пользуется этим СМИ.

2 те, кто поддерживает формальную связь с редакциями СМИ.

3 те, кто проживает на территории распространения СМИ.

9. Общественно-политическое издание может законно публиковать на своих страницах рекламы:

- 1 сколько угодно
- 2 50% от общего объема.
- 3 40% от общего объема.

10. Автор книги «Универсальный журналист».

- 1 Е.Киселев
- 2 Д.Рэндалл
- 3 Е.П.Прохоров

11. Омбудсман – это:

- 1 Цензор
- 2 человек, защищающий интересы общественности в её взаимоотношениях со СМИ.
- 3 человек, защищающий интересы журналистов в их взаимоотношениях с общественностью.

12. В Законе РФ статей о СМИ.

- 1 54
- 2 60
- 3 39

13. Всего пунктов в Кодексе профессиональной этики российских журналистов:

- 1 26
- 2 40
- 3 10

14. Первый ТВ-приемник был сделан в:

- 1 США
- 2 Германии
- 3 России.

15. Квазилегитимное издание - это

- 1 запрещенное для издания
- 2 разрешение к изданию
- 3 не разрешенное и не запрещенное.

16. В диалоговую модель СМИ не входят понятия:

1. Эмпатия
2. Дихотомия
3. Толерантность
4. Плюрализм

17. Напротив ключевых понятий поставьте авторов концепций:

1. «Информационная бомба» а) П. Бурдые
2. «Глобальная деревня» б) О. Тоффлер
3. «Журналистские очки» в) П. Верилио
4. «Третья волна» г) М. Маклюэн

18. К четырем основным методам воздействия СМИ относятся...(допишите недостающее):

1. Подражание
2. Убеждение
3. Заражение
4. Внушение

19.Автором теории самоактуализации личности является:

1. К. Юнг
2. Р. Харрис
3. Д.А. Леонтьев
4. А. Маслоу

20.К каким дисциплинам относятся перечисленные определения информации:

1. Информация как форма отражения а) математическая теория и атрибут материи
2. Информация как уменьшение б) кибернетика связи неопределенности и наличие разнообразия
3. Информация как основа всеобщей в) теория информации и журналистики связи и управления и теория коммуникации
4. Журналистика как средство г) философия коммуникации

21.Политические, информационно-психологические технологии запрещены и караются по закону РФ:

1. Использование «25 кадра»
2. Манипулирование
3. Мифологизация⁵⁵
4. Стереотипизация сознания

22.В социальной установке личности есть три основных компоненты: (уберите лишнюю компоненту)

1. Когнитивная
2. Эмоциональная
3. Условный рефлекс
4. Поведенческая (конативная)

23.Гласность исторически в России провозглашалась...

1. Во время выборов князя в Великом Новгороде
2. В период «горбачевской перестройки»
3. В Конституции СССР 1977 г.
4. Во всех трех указанных случаях

24. Лозунг свободы печати был впервые оглашен:

1. Джоном Мильтоном
2. Борисом Ельциным
3. Томасом Джефферсоном
4. Джоном Ленноном и Владимиром Высоцким

25. Психологические функции СМИ – это...

1. Пропаганда, организация и агитация
 2. Манипуляция
 3. Социальная ориентация, аффиляция, контакты, релаксация, самоутверждение
 4. Информирование
- 26.** Современный кризис идентичности...
1. Это проявление массового невроза
 2. Стадии развития индивида (по Э. Эриксону)
 3. Это нахождение ответов на вопросы: Кто я? Кто мы? В какой стране мы живём? Что ждет цивилизацию?
 4. Результат отсутствия свободы и демократии
- 27.** Автор монографии «Теория информационного общества», в которой дается обзор и определение этого феномена, является:
1. Жан Бодрийар
 2. Юрген Хабермас
 3. Фрэнк Уэбстер
 4. Мануэль Кастелье
- 28.** Аудитория в теории журналистики- это:
1. Общение больших соц. групп, с помощью технических средств
 2. Все общество в целом и каждый индивид
 3. Большое помещение
 4. Личные знакомые
- 29.** Журналистика как средство информации (выбрать два варианта):
1. Информация для всех и каждого
 2. Это преимущественно дезинформация и сенсация
 3. Это часть социальной информации, обладающей оперативностью, актуальностью, непрерывностью, «человеческой направленностью»
 4. Главное средство создания общественного мнения
- 30.** К каким научным теориям и понятиям (теории общения, журналистики, коммуникативистики, обыденного сознания) относятся следующие определения массовой информации:
1. Информация – одна из сторон общения а) теория журналистских жанров
 2. Информация и общение – синонимы, «братя-близнецы» б) теория общения
 3. Информация – один из жанров журналистики в) уровень обыденного сознания
 4. Информация – это сообщение, сенсация, что-то новое, г) коммуникативистика ранее неизвестное
- 31.** Внутренний мир журналиста (выбрать один вариант):
1. Вера в сверхестественное
 2. Подражание
 3. Представление индивида о себе самом

4. Биопсихосоциальные потребности и мотивы, картина мира, конструкты, ценностно-смысловая сфера человека, мировоззрение и нравственное сознание

32. Телевидение – это... (выбрать одно определение)

1. Информационное окно в мир и дверь, через которую проходят идеологемы, мифы, стереотипы
2. Наше видение мира
3. Средство формирования одномерных личностей
4. Первое, второе и третье

33. Основная цель информационно-психологической войны:

1. Повышение жизненного уровня населения
2. Установление свободы и свержение диктаторских режимов
3. Подготовка к физическому уничтожению населения
4. Разрушение идентификационной модели, смена ценностных установок, разрушение системы управления путем ее «взрыва изнутри»

34. Определите три основных языка общения (исключите один лишний)

1. Вербальный
2. Невербальный
3. Конституциональный
4. Командный

35. Известная модель коммуникации Г. Лассуэла состоит из следующего количества компонентов:

1. Трех:

- оратор
- речь
- аудитория

2. Четырех:

- предрасположенность индивида к типу информации
- принадлежность к социальной группе
- межличностные отношения
- влияние лидеров

3. Восьми:

- источник
- коммуникатор
- сообщение
- кодирование
- канал
- декодирование
- коммуникант
- обратная связь

4. Пяти:

- Кто говорит?
- Что сообщает?
- Кому?

По какому каналу?

С каким эффектом?

36. Массовая информация – это... (исключить одно определение)

1. Информация, которая предназначена для массовой аудитории
2. Информация, которая тиражируется по массовым каналам
3. Информация, которая потребляется массовой аудиторией
4. Масскультура

37. Социально-ролевые функции журналистики. Выбрать две пары (по С.Г. Корконосенко):

- 1) Производственно-экономическая 2) Регулирующая
- 1) Развлечение 2) Релаксация
- 1) Информационно-коммуникативная 2) Духовная
- 1) Рекламная 2) Связь с общественностью (PR)

38. Дайте краткую характеристику следующих моделей журналистики:

1. Феодално-монархическая а) Ранняя буржуазно-демократическая печать, антифеодалная и антиклерикальная направленность.

Борьба за свободу печати.

В стадии зрелости – капитализация

СМИ, цель – прибыль

2. Религиозно-клерикальная б) Коллективное владение СМИ (огосударствление), СМИ как средство классовой и идейно-политической борьбы, партийность, массовость, обратная связь, защита прав трудящихся

3. Буржуазная в) Подконтрольность всех СМИ монарху, лицензии и цензура, патриотизм, просвещение, консерватизм

4. Социалистическая г) Церковная цензура, списки запрещенных книг и их уничтожение, монополия в духовной жизни, религиозное просвещение и борьба с ересью

39. Социально-психологические функции СМИ на уровне личности (исключите одну из функций):

1. Функция ориентации и адаптации
2. Связь с обществом, межгрупповое общение
3. Релаксация и гедонистика
4. Укрепление семьи

40. Коммерциализация СМИ – это... (выбрать одно из определений)

1. Возвращение печати к историческим истокам и социальной сущности
2. Печать – коллективный пропагандист, агитатор и организатор

3. Подчинение СМИ интересам капитала и получение прибыли (медиакапитал)
4. Газета «не должна быть промыслом», она средство познания и поиска истины

41. В структуру психологии общения входят три стороны (исключите четвертую):

1. Коммуникация
2. Организация психологических кампаний по имиджмейкерству
3. Социальная перцепция
4. Интеракция

42. Какой вариант ответа более полно отражает взаимодействие прессы и общественного мнения?

1. Пресса является продуктом общественного мнения в той же мере в какой она формирует это общественное мнение
2. Общественное мнение создается политической элитой и выдается СМИ за мнение всех здравомыслящих людей
3. Продукт массового сознания
4. Результат манипуляции в манипулированном медийно-политическом обществе

43. Связи с общественностью это.

1. Пропаганда идей и направлений деятельности фирмы.
2. Предоставление позитивной информации о фирме и ее продукции для СМИ на платной основе.
3. Системная и последовательная деятельность по достижению гармонии интересов фирмы и ее социальной среды.

44. Информационное общество это.

1. Возможность аудитории получать сообщения СМИ в газетах, по радио и телевидению.
2. Общество, первичное значение в котором имеют информационно-коммуникативные отношения, основанные на внедрении и функционировании новейших средств связи и компьютерных технологий.
3. По определению Элвина Тоффлера, постиндустриальное общество, пришедшее на смену аграрной и индустриальной эпохе.

45. Руководство редакцией СМИ, как творческим коллективом, осуществляет.

1. Генеральный директор.
2. Выпускающий редактор.
3. Главный редактор.

46. Профессиональную ответственность за фактическое содержание редакционного текста, соответствие его принципам точности и объективности, несет:

1. Шеф-редактор СМИ.
2. Ответственный секретарь СМИ.
3. Журналист, подготовивший материал для печати.

47. Должностное лицо в редакции СМИ, обладающее правом изъятия из на этапе сдачи номера в печать любого журналистского текста и замены его на другой, без согласования с главным редактором или его заместителем.

1. Руководитель PR-службы СМИ.
2. Генеральный директор СМИ.
3. Ответственный секретарь.
4. Редактор отдела СМИ.

48. Руководитель PR-службы фирмы, как правило, непосредственно подчиняется.

1. Заместителю генерального директора по работе с персоналом.
2. Заместителю генерального директора по административно-хозяйственной работе.
3. Генеральному директору.

49. Непрерывная систематическая работа по продвижению образа и репутации фирмы и ее должностных лиц; создание в фирме собственной PR-службы; формирование стратегии и тактики PR-деятельности в фирме являются признаками одной из моделей PR. Это.

1. Манипулятивная модель.
2. Модель информирования.
3. Модель «взаимопонимания».
4. Модель социального партнерства.

50. К адресату внутренней PR-деятельности фирмы относятся.

1. Рыночная среда.
2. Органы власти.
3. Общественные организации.
4. СМИ.
5. Население.
6. Персонал фирмы.

51. Текст, не сообщающий о новых товарах; имеющий адресную аудиторию; поддерживающий интерес, но не к товару; способствующий реализации 61 идей и начинаний, часто имеющий открытое (корпоративное) авторство. Это.

1. Журналистский текст.
2. Рекламный текст.
3. PR-текст.

52. На платной основе в СМИ всегда размещаются.

1. Рекламные тексты.
2. PR-тексты.
3. Законы и документы, принятые органами власти.

53. Архитектоника PR-текста это.

1. Подбор, группировка, распределение элементов структуры текста в их логической связанности.
2. Определенная соразмерность частей PR-текста, эстетика построения текста, как единого целого.

54. Функция убеждения в PR-тексте.

1. Предполагает донесение до общественности точки зрения (сообщения) фирмы о новостном событии.
2. Выражается в формировании с помощью текста у общественности устойчивого положительного отношения к базисному PR-субъекту.

55. К исследовательско-новостным жанрам PR-текста относятся.

1. Бэкграундер, лист вопросов-ответов, имиджевое интервью.
2. Факт-лист, биография.
3. Байлайнер, поздравление.

56. Релевантность в PR-тексте это.

1. Своевременность создания текста и своевременность его распространения.
2. Передача в тексте точных данных.
3. Соответствие содержания текста интересам целевой группы, определенного сегмента общественности.

57. Исследовательские жанры PR-текста.

1. Представляют широкий анализ фактов, отличаются многоканальностью источников информации, особой стилистикой, тяготеющей к научному стилю.
2. Оперативно передают не известную ранее общественности информацию.

58. Фатическая функция в PR-тексте.

1. Обеспечивает поддержание коммуникативного контакта.
2. Придает тексту художественный эффект.
3. Проявляется в эмоционально-оценочном отношении автора.⁶²

59. Текст, побуждающий представителей СМИ принять участие в пресс-конференции или любом другом мероприятии в жизни базисного субъекта PR называется.

1. Пресс-релиз.
2. Поздравление.
3. Приглашение для журналистов.

60. Текст, представляющий расширенную информацию текущего характера о фирме, содержащий широкое освещение проблемы, события и поддерживающий публичный капитал базисного субъекта PR называется.

1. Бэкграундер.
2. Факт-лист.
3. Лист вопросов-ответов.

61. Текст, носящий наступательный, оборонительный или упреждающий нежелательные события характер, объясняющий позицию фирмы, ее должностного лица, содержащий информацию о реакции на событие с активным включением средств выражения личностного начала называется.

1. Имиджевое интервью.
2. Сообщение для СМИ.
3. Заявление для СМИ.

62.Статья, написанная PR-специалистом и мнимо подписанная должностным лицом фирмы, посвященная новостному событию или периодически выходящая в органе СМИ, поддерживающая публичный капитал фирмы, содержащая авторитетное мнение ее руководства называется.

1. Байлайнер.
2. Пресс-кит.
3. Медиа-кит.

63.Претендующий на масштабность обобщений и выводов текст, представляющий актуальную социально значимую проблему, где факты и сама проблема, а также точка зрения их рассмотрения способствуют формированию или приращению публичного капитала субъекта PR, содержащий скрытую авторскую оценку, включающий мнения, цитаты, статистический материал называется.

1. Занимательная статья.
2. Обзорная статья.
3. Имиджевая статья.

64.Текст беседы с первым лицом фирмы, способствующий приращению публичного капитала базисного субъекта PR, информирующий общественность о позитивном опыте организации, разъясняющий позицию или точку зрения лица, организации называется.

1. Имиджевое интервью.
2. Лист вопросов-ответов.
3. Кейс-стори.

Содержание

Цели и задачи дисциплины.....	3
Структура и содержание дисциплины	4
Лекции	6
Практические занятия.....	8
Самостоятельная работа студентов.....	9
Образовательные технологии.....	10
Контролирующие материалы.....	10
Вопросы для подготовки к зачёту.....	12
Учебно-методические материалы по дисциплине	12
Рейтинговая оценка знаний.....	13
Краткое изложение программного материала.....	14