

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

Кафедра религиоведения

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Религия и средства массовой информации»**

Основной образовательной программы по специальности

031801.65 Религиоведение

Благовещенск 2012

УМКД разработан ассистентом Воронковой Евгенией Андреевной

Рассмотрен и рекомендован на заседании кафедры

Протокол заседания кафедры от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ /А.П. Забияко /

(подпись)

(И.О. Фамилия)

УТВЕРЖДЕН

Протокол заседания УМС специальности 031801.65 Религиоведение

от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Председатель УМСС \_\_\_\_\_ /О.В. Пелевина/

(подпись)

(И.О.Фамилия)

1 Рабочая программа учебной дисциплины	4
2 Краткое изложение программного материала	18
3 Методические указания (рекомендации)	34
3.1 Методические указания к семинарским, практическим занятиям	34
3.2 Методические указания по самостоятельной работе студентов	43
4 Контроль знаний	44
4.1 Текущий контроль знаний	44
4.2 Итоговый контроль знаний	46
5 Интерактивные технологии и инновационные методы, используемые в образовательном процессе	49

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цель дисциплины:

знакомство студентов с историей и основными видами СМИ, историей взаимоотношений и взаимовлияния религии и средств массовой информации, а также рассмотрением тех сторон современной религиозной жизни, которые находят свое отражение в СМИ.

### Задачи дисциплины:

- знакомство студентов с историей и основными видами СМИ
- изучение истории взаимоотношений религии и средств массовой информации
- формирование понимания специфики отношений между религией и СМИ.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Дисциплина «Религия и средства массовой информации» (ОПД В.3) входит в цикл общепрофессиональных дисциплин, блок «Дисциплины по выбору» ГОС ВПО 031801.65 «Религиоведение». Дисциплина изучается студентами 4 и 5 курсов в восьмом и девятом семестрах, предполагает проведение лекционных и практических занятий. По окончании семестров предусматривается обязательный итоговый контроль в форме зачета и экзамена.

Дисциплина «Религия и средства массовой информации» методологически и содержательно тесно связана с другими курсами: «Социология религии», «Культурология», «Всемирная история», «Психология религии», «Социальная психология».

## 3. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ КУРСА

Студент должен:

- знать историю развития средств массовой информации;
- иметь представление об основных видах СМИ, их функциях и специфике;
- иметь представление о взаимосвязи религии и СМИ, истории их взаимоотношений;
- уметь анализировать материалы на религиозную тематику, представленные в средствах массовой информации;
- владеть навыками создания аналитических материалов на религиозную тематику, адаптированных под требования конкретных видов СМИ.

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ Религия и средства массовой информации

Общая трудоемкость дисциплины составляет 80 часов.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра). Форма промежуточной аттестации (по семестрам).
				Общее кол-во часов	Кол-во лекций	Кол-во практических занятий	Кол-во самостоятельной работы	
1	Введение в дисциплину «Религия и СМИ»	8	1-10	6	2	2	2	Проверка конспекта.
2	Средства массовой информации: общая характеристика	8	11-13 14-18	6	2	2	2	Проверка конспекта. Опрос

3	Классификация СМИ	8	1-8	8	4	2	2	Проверка конспекта.
4	История развития средств массовой информации в Древнем Мире	8	9-16	10	4	4	2	Проверка конспекта. Контрольная работа
5	История развития СМИ в Европе в эпоху Нового времени	8	1-2	8	2	4	2	Проверка конспекта. Опрос
6	История развития средств массовой информации в России	9	3-4	6	2	2	2	Проверка конспекта.
7	Развитие средств массовой информации в XX веке: информационная эра в истории человечества	9	5-8	6	2	2	2	Проверка конспекта.
8	СМИ как главный фактор формирования массового сознания	9	9-10	6	2	2	2	Проверка конспекта.
9	Возникновение интернета и его влияние на развитие СМИ	9	11-12	6	2	2	2	Проверка конспекта.
10	Религия и средства массовой информации: история взаимоотношений	9	13-14	6	2	2	2	Проверка конспекта.
11	Религия и средства массовой информации: история взаимоотношений	9	15-17	6	2	2	2	Проверка конспекта. Опрос
12	Киберрелигия как новый религиозный феномен.	9	18-19	6	2	2	2	Проверка конспекта. Опрос
Итого:				80	28	28	24	

### **Особенности содержания программы**

В основном объеме программа курса ориентирована на максимально широкий охват изучаемого материала. В этой части она может быть использована в любом высшем учебном заведении, осуществляющем подготовку специалистов-религиоведов. Специфика курса заключается в акценте на истории развития СМИ, их влиянии на формирование массового сознания и способе построения материала, подразумевающим основательную философско-религиоведческую подготовку.

## **5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Религия и средства массовой информации**

### **5.1 Основное содержание лекционного курса**

#### **8 семестр**

Тема 1. Введение в дисциплину «Религия и СМИ» (2 часа).

Дисциплина «Религия и СМИ»: цели и задачи, предмет и объект дисциплины. Важность изучения курса для понимания современной религиозной ситуации в России и других странах. Междисциплинарные связи, место дисциплины в образовательной программе по специальности/направлению подготовки «Религиоведение».

## Тема 2. Средства массовой информации: общая характеристика (2 часа).

Средства массовой информации: определение, основные характерные черты и признаки. Количественные и качественные характеристики СМИ. Функции и задачи средств массовой информации. Основные подходы к изучению средств массовой информации. Значение СМИ в современном мире.

## Тема 3. Классификация СМИ (4 часа).

Проблема классификации средств массовой информации. Печатные СМИ и их особенности. Электронные СМИ: виды, общая характеристика. Информационные агентства как вид СМИ. Критерии классификации СМИ: по форме собственности; по широте распространения; по стилю; по периодичности; по жанрам; по способу передачи и мощности радио- и телесигнала.

## Тема 4. История развития средств массовой информации в Древнем Мире (4 часа).

Предшественники первых газет в Древнем Риме: содержание и способ изготовления. Древнекитайский «Столичный вестник» как прототип печатной газеты. Способ изготовления и содержание.

## Тема 5. История развития СМИ в Европе в эпоху Нового времени (2 часа).

Печатный пресс Иоганна Гуттенберга и его роль в развитии печатных СМИ. Венецианские бюро по сбору информации в эпоху Возрождения как прообразы информационных агентств. Возникновение профессии журналиста. «LaGazette» как первая газета современного типа и ее политическое и религиозное значение. Газетный бум в Европе в XIX в.

## **9 семестр**

## Тема 6. История развития средств массовой информации в России (2 часа).

Прототипы газет во времена Михаила Федоровича: «вестовые письма» («столбцы», «куранты»). Газеты времен Петра I. Развитие средств массовой информации в России в XIX веке.

## Тема 7. Развитие средств массовой информации в XX веке: информационная эра в истории человечества (2 часа).

Новые технологии на службе СМИ. Роль СМИ в Первой и Второй мировых войнах. Появление радио и телевидения как основной фактор развития СМИ в XX веке.

## Тема 8. СМИ как главный фактор формирования массового сознания (2 часа).

Усиление влияния СМИ на формирование массового сознания. Психологические трактовки феномена массового сознания: Г. Лебон, С. Московичи, Э. Фромм. Попытки осмысления феномена СМИ в философии постмодернизма: концепция симулякров Ж. Бодрийяра. Бертран Рассел о СМИ.

## Тема 9. Возникновение интернета и его влияние на развитие СМИ (2 часа).

История изобретения интернета. Основные этапы развития интернета. Динамика числа пользователей интернета в 1970-2000-х гг. Ключевые принципы интернета. Протоколы интернета. Услуги интернета. Субкультура интернета. Цензура в интернете. Интернет-издания как новый тип СМИ. Переход традиционных СМИ в интернет-пространство. Преимущества интернет-изданий в сравнении с традиционными СМИ. Проект Web 2.0: новая эпоха в развитии интернета. Социальные сети как фактор развития интернет-СМИ.

## Тема 10. Религия и средства массовой информации: история взаимоотношений (2 часа).

Сходные функции религии и СМИ. СМИ на службе у религии: религиозные средства массовой информации, их особенности и динамика развития. Христианские конфессии и использование ими средств массовой информации: печать, радио, телевидение. Ватикан как главный издательский центр

римской католической церкви. Протестантские СМИ. Средства массовой информации Русской православной церкви. Специфика исламских СМИ. Буддизм и СМИ. Сближение религии и СМИ в современном мире.

#### Тема 11. Интернет и его влияние на религию (2 часа).

Интернет-технологии на службе современных религиозных организаций. Новые возможности, открывающиеся для религий в интернете. Онлайн-проповеди. Онлайн-паломничества. Онлайн-медитации и онлайн-камлания. Официальные интернет-ресурсы христианских конфессий. Буддизм и интернет. Ислам и интернет-пространство. Основные информационные интернет-ресурсы о религии.

#### Тема 12. Киберрелигия как новый религиозный феномен (2 часа).

Религия онлайн и киберрелигия: проблема определения понятий. Основные подходы к изучению феномена киберрелигии. Интернет-пространство как священное пространство. Сакрализация интернет-технологий. Т.Лири о будущем интернета и религии. Кибер-шаманизм, «туны» и новый облик верующего. Характерные черты киберрелигии.

### **5.2. Темы практических занятий**

#### **8 семестр**

##### Тема 1. Введение в дисциплину «Религия и СМИ» (2 часа).

1. Цели и задачи, предмет и объект дисциплины.
2. Важность изучения курса для понимания современной религиозной ситуации в России и других странах.
3. Место дисциплины в образовательной программе по специальности «Религиоведение».

#### Литература:

##### *Основная*

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

##### *Дополнительная*

1. Государство, СМИ и церковь : Материалы и рекомендации науч.-практ. конф. (14 ноября 2001 г.). – М.: Ин-т повыш. квалиф. раб. телевидения и радиовещания, 2002. – 66 с.
2. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
3. Социальная ответственность средств массовой информации : сборник материалов/ Центр общественного развития "Амур-батюшка" ; Сост. И.Г. Сакович. – Благовещенск: Зея, 2002. – 112 с.

##### Тема 2. Средства массовой информации: общая характеристика (2 часа).

1. Средства массовой информации: определение, основные характерные черты и признаки.
2. Количественные и качественные характеристики СМИ.
3. Функции и задачи средств массовой информации.
4. Основные подходы к изучению средств массовой информации.
5. Значение СМИ в современном мире.

#### Литература:

##### *Основная*

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. История печати. Антология. Том 3. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2008. - 272 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

#### *Дополнительная*

- 1 Дзялошинский И.М. СМИ, власть и гражданское общество в регионе : учеб. пособие. – М.: Пульс, 2002. – 44 с.
- 2 Государство, СМИ и церковь : Материалы и рекомендации науч.-практ. конф. (14 ноября 2001 г.). – М.: Ин-т повыш. квалиф. раб. телевидения и радиовещания, 2002. – 66 с.
- 3 СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
- 4 Социальная ответственность средств массовой информации : сборник материалов/ Центр общественного развития "Амур-батюшка" ; Сост. И.Г. Сакович. – Благовещенск: Зeya, 2002. – 112 с.

#### Тема 3. Классификация СМИ (2 часа).

1. Проблема классификации средств массовой информации.
2. Печатные СМИ и их особенности.
3. Электронные СМИ: виды, общая характеристика.
4. Информационные агентства как вид СМИ.
5. Критерии классификации СМИ.

#### Литература:

##### *Основная*

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. История печати. Антология. Том 3. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2008. - 272 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

##### *Дополнительная*

- 1 Дзялошинский И.М. СМИ, власть и гражданское общество в регионе : учеб. пособие. – М.: Пульс, 2002. – 44 с.
- 2 Государство, СМИ и церковь : Материалы и рекомендации науч.-практ. конф. (14 ноября 2001 г.). – М.: Ин-т повыш. квалиф. раб. телевидения и радиовещания, 2002. – 66 с.
- 3 СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
- 4 Социальная ответственность средств массовой информации : сборник материалов/ Центр общественного развития "Амур-батюшка" ; Сост. И.Г. Сакович. – Благовещенск: Зeya, 2002. – 112 с.

#### Тема 4. История развития средств массовой информации в Древнем Мире (4 часа).

1. Предшественники первых газет в Древнем Риме: содержание и способ изготовления.
2. Древнекитайский «Столичный вестник» как прототип печатной газеты.
3. Способ изготовления и содержание.

#### Литература:

##### *Основная*

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. История печати. Антология. Том 3. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2008. - 272 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

##### *Дополнительная*

- 1) Лазутина Г. В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества : учеб.пособие : доп. УМО – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
- 2) СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
- 3) Основы воздействия СМИ/ Дж. Брайант, С. Томпсон. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.

Тема 5. История развития СМИ в Европе в эпоху Нового времени (4 часа).

1. Печатный пресс Иоганна Гуттенберга и его роль в развитии печатных СМИ.
2. Венецианские бюро по сбору информации в эпоху Возрождения как прообразы информационных агентств.
3. Возникновение профессии журналиста. «LaGazette» как первая газета современного типа и ее политическое и религиозное значение.
4. Газетный бум в Европе в XIX в.

Литература:

*Основная*

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. История печати. Антология. Том 3. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2008. - 272 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

*Дополнительная*

- 1) Лазутина Г. В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества : учеб.пособие : доп. УМО – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
- 2) СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
- 3) Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.

**9 семестр**

Тема 6. История развития средств массовой информации в России (2 часа).

1. Прототипы газет во времена Михаила Федоровича: «вестовые письма» («столбцы», «куранты»).
2. Газеты времен Петра I.
3. Развитие средств массовой информации в России в XIX веке.

Литература:

*Основная*

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. История печати. Антология. Том 3. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2008. - 272 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

*Дополнительная*

- 1 Средства массовой информации России : учеб.пособие : рек. УМО/ под ред. Я. Н. Засурского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с.
- 2 Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации / сост. Д. А. Голованов, М. М. Китайчик, А. Г. Рихтер. – М.: Ин-т проблем информ. права, 2004. – 688 с.
- 3 Шахова И. А. Пресса и власть на Дальнем Востоке России (вторая половина XIX – начало XX вв.) : моногр. – Благовещенск: Изд-во Дальневост. гос. аграр. ун-та, 2006. – 345 с.
- 4 Чернышев И. Е. СМИ приграничного региона: становление и особенности функционирования (на примере Амурской области) : моногр. – Благовещенск: Изд-во Амурского гос. ун-та, 2011. – 164 с.

- 5 Дзялошинский И.М. СМИ, власть и гражданское общество в регионе : учеб. пособие. – М.: Пульс, 2002. – 44 с.

Тема 7. Развитие средств массовой информации в XX веке: информационная эра в истории человечества (2 часа).

1. Новые технологии на службе СМИ.
2. Роль СМИ в Первой и Второй мировых войнах.
3. Появление радио и телевидения как основной фактор развития СМИ в XX веке.

Литература:

*Основная*

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений / Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

*Дополнительная*

- 1) СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
- 2) Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.
- 3) Социальная ответственность средств массовой информации : сборник материалов/ Центр общественного развития "Амур-батюшка" ; Сост. И.Г. Сакович. – Благовещенск: Зея, 2002. – 112 с.
- 4) Корконосенко С.Г., Ворошилов В.В. Право и этика СМИ : Учеб. пособие – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та, 1999. – 104 с.

Тема 8. СМИ как главный фактор формирования массового сознания (2 часа).

1. Усиление влияния СМИ на формирование массового сознания.
2. Психологические трактовки феномена массового сознания: Г. Лебон, С. Московичи, Э. Фромм.
3. Попытки осмысления феномена СМИ в философии постмодернизма: концепция симулякров Ж. Бодрийяра.
4. Бертран Рассел о СМИ.

Литература:

*Основная*

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

*Дополнительная*

- 1) СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
- 2) Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.
- 3) Социальная ответственность средств массовой информации : сборник материалов/ Центр общественного развития "Амур-батюшка" ; Сост. И.Г. Сакович. – Благовещенск: Зея, 2002. – 112 с.
- 4) Корконосенко С.Г., Ворошилов В.В. Право и этика СМИ : Учеб. пособие – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та, 1999. – 104 с.

## Тема 9. Возникновение интернета и его влияние на развитие СМИ (2 часа).

1. История изобретения интернета.
2. Основные этапы развития интернета.
3. Динамика числа пользователей интернета в 1970-2000-х гг. Ключевые принципы интернета.
4. Протоколы интернета.
5. Цензура в интернете.
6. Интернет-издания как новый тип СМИ.
7. Переход традиционных СМИ в интернет-пространство.
8. Преимущества интернет-изданий в сравнении с традиционными СМИ.
9. Проект Web 2.0: новая эпоха в развитии интернета.
10. Социальные сети как фактор развития интернет-СМИ.

Литература:

### *Основная*

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений /Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

### *Дополнительная*

1. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.
3. Социальная ответственность средств массовой информации : сборник материалов/ Центр общественного развития "Амур-батюшка" ; Сост. И.Г. Сакович. – Благовещенск: Зея, 2002. – 112 с.
4. Корконосенко С.Г., Ворошилов В.В. Право и этика СМИ :Учеб.пособие – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та, 1999. – 104 с.

## Тема 10. Религия и средства массовой информации: история взаимоотношений(2 часа).

1. Сходные функции религии и СМИ. СМИ на службе у религии: религиозные средства массовой информации, их особенности и динамика развития.
2. Христианские конфессии и использование ими средств массовой информации: печать, радио, телевидение.
3. Ватикан как главный издательский центр римской католической церкви.
4. Протестантские СМИ.
5. Средства массовой информации Русской православной церкви.
6. Специфика исламских СМИ.
7. Буддизм и СМИ.
8. Сближение религии и СМИ в современном мире.

Литература:

### *Основная*

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений /Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия

для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

*Дополнительная*

- 1 СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
- 2 Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.
- 3 Социальная ответственность средств массовой информации : сборник материалов/ Центр общественного развития "Амур-батюшка" ; Сост. И.Г. Сакович. – Благовещенск: Зея, 2002. – 112 с.
- 4 Корконосенко С.Г., Ворошилов В.В. Право и этика СМИ : Учеб. пособие – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та, 1999. – 104 с.

Тема 11. Интернет и его влияние на религию (2 часа).

1. Интернет-технологии на службе современных религиозных организаций.
2. Новые возможности, открывающиеся для религий в интернете.
3. Онлайн-проповеди.
4. Онлайн-паломничества.
5. Онлайн-медитации и онлайн-камлания.
6. Официальные интернет-ресурсы христианских конфессий.
7. Буддизм и интернет.
8. Ислам и интернет-пространство.
9. Основные информационные интернет-ресурсы о религии.

Литература:

*Основная*

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений /Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

*Дополнительная*

- 1 Забияко А.П., Воронкова Е.А., Лапин А.В., Пратына Д.А. и др. Киберрелигия: наука как фактор религиозных трансформаций /под ред. А.П. Забияко. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, библиотека журнала «Религиоведение», 2012. – 208 с.
- 2 СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
- 3 Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.

Тема 12. Киберрелигия как новый религиозный феномен (2 часа).

1. Религия онлайн и киберрелигия: проблема определения понятий.
2. Основные подходы к изучению феномена киберрелигии.
3. Интернет-пространство как священное пространство.
4. Сакрализация интернет-технологий.
5. Т.Лири о будущем интернета и религии.
6. Кибер-шаманизм, «туны» и новый облик верующего.
7. Характерные черты киберрелигии

Литература:

*Основная*

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

2. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений /Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.

3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

*Дополнительная*

- 1 Забияко А.П., Воронкова Е.А., Лапин А.В., Пратына Д.А. и др. Киберрелигия: наука как фактор религиозных трансформаций /под ред. А.П. Забияко. – Благовещенск: Амурский гос.ун-т, библиотека журнала «Религиоведение», 2012. – 208 с.
- 2 СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
- 3 Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.

**6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА**

№ п/п	№ раздела (темы) дисциплины	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоёмкость в часах
1	Введение в дисциплину «Религия и СМИ»	Конспект по теме.	2
2	Средства массовой информации: общая характеристика	Конспект по теме.	2
3	Классификация СМИ	Конспект по теме.	2
4	История развития средств массовой информации в Древнем Мире	Конспект по теме.	2
5	История развития СМИ в Европе в эпоху Нового времени	Конспект по теме.	2
6	История развития средств массовой информации в России	Конспект по теме.	2
7	Развитие средств массовой информации в XX веке: информационная эра в истории человечества	Конспект по теме.	2
8	СМИ как главный фактор формирования массового сознания	Конспект по теме.	2
9	Возникновение интернета и его влияние на развитие СМИ	Конспект по теме.	2
10	Религия и средства массовой информации: история взаимоотношений	Конспект по теме.	2
11	Религия и средства массовой информации: история взаимоотношений	Конспект по теме.	2
12	Киберрелигия как новый религиозный феномен.	Конспект по теме.	2
Итого			24

**7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Программа дисциплины «Религия и средства массовой информации» предусматривает использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий:

- 1) Круглый стол на тему «Киберрелигия как новый религиозный феномен» (4 часа)
- 2) Круглый стол на тему «СМИ на вооружении у религий: за и против» (4 часа)
- 3) Круглый стол на тему «Религия и СМИ в современном российском обществе» (4 часа)

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

### **Задания для проверочных работ:**

Проверочная работа №1: История развития средств массовой информации в Древнем Мире  
*Вопрос №1.* Предшественники первых газет в Древнем Риме: содержание и способ изготовления.  
*Вопрос №2.* Древнекитайский «Столичный вестник» как прототип печатной газеты. Способ изготовления и содержание.

Проверочная работа № 2: СМИ как главный фактор формирования массового сознания

*Вопрос №1.* Усиление влияния СМИ на формирование массового сознания.

*Вопрос №2.* Психологические трактовки феномена массового сознания: Г.Лебон, С. Московичи, Э. Фромм.

*Вопрос №3.* Попытки осмысления феномена СМИ в философии постмодернизма: концепция симулякров Ж. Бодрийяра.

*Вопрос №4.* Бертран Рассел о СМИ.

### **Темы сообщений:**

1. Печатные СМИ и их особенности.
2. Электронные СМИ: виды, общая характеристика.
3. Информационные агентства как вид СМИ.
4. Древнекитайский «Столичный вестник» как прототип печатной газеты. Способ изготовления и содержание.
5. Печатный пресс Иоганна Гуттенберга и его роль в развитии печатных СМИ.
6. Венецианские бюро по сбору информации в эпоху Возрождения как прообразы информационных агентств.
7. Прототипы газет во времена Михаила Федоровича: «вестовые письма».
8. Газеты времен Петра I. Развитие средств массовой информации в России в XIX веке.
9. Новые технологии на службе СМИ.
10. Роль СМИ в Первой и Второй мировых войнах.
11. Появление радио и телевидения как основной фактор развития СМИ в XX веке.
12. Усиление влияния СМИ на формирование массового сознания.
13. Психологические трактовки феномена массового сознания.
14. Попытки осмысления феномена СМИ в философии постмодернизма: концепция симулякров Ж. Бодрийяра. Бертран Рассел о СМИ.
15. История изобретения интернета.
16. Динамика числа пользователей интернета в 1970-2000-х гг.
17. Ключевые принципы интернета.
18. Интернет-издания как новый тип СМИ.
19. Преимущества интернет-изданий в сравнении с традиционными СМИ.
20. Переход традиционных СМИ в интернет-пространство.
21. Социальные сети как фактор развития интернет-СМИ.
22. Проект Web 2.0: новая эпоха в развитии интернета.
23. Сходные функции религии и СМИ.
24. СМИ на службе у религии: религиозные средства массовой информации, их особенности и динамика развития.
25. Христианские конфессии и использование ими средств массовой информации: печать, радио, телевидение.
26. Ватикан как главный издательский центр римской католической церкви.
27. Протестантские СМИ.
28. Средства массовой информации Русской православной церкви.
29. Специфика исламских СМИ.
30. Сближение религии и СМИ в современном мире
31. Религия онлайн и киберрелигия: проблема определения понятий.
32. Основные подходы к изучению феномена киберрелигии.

### **Критерии выхода на зачет и постановки зачета**

При решении вопроса о допуске студента к сдаче зачета учитываются результаты контрольных точек.

Итоговая аттестация по дисциплине (зачет) складывается из текущей работы студента в семестре, промежуточного контроля, самостоятельной работы и ответа на зачете.

Оценка «зачтено» ставится за полное изложение полученных знаний в устной или письменной форме в соответствии с требованиями программы. Допускаются отдельные несущественные ошибки, исправляемые студентом после указания на них преподавателем. При изложении студент должен выделять существенные признаки изученного, сформулировать выводы и обобщения.

Оценка «незачтено» ставится за неполное бессистемное изложение учебного материала. При этом студент допускает существенные ошибки, неисправляемые даже с помощью преподавателя, а также за полное незнание и непонимание материала.

#### **Список примерных вопросов к зачету (8 семестр):**

1. «Религия и СМИ»: цели и задачи, предмет и объект дисциплины.
2. Средства массовой информации: определение, основные характерные черты и признаки.
3. Междисциплинарные связи, место дисциплины в образовательной программе по специальности/направлению подготовки «Религиоведение».
4. Количественные и качественные характеристики СМИ.
5. Печатные СМИ и их особенности.
6. Функции и задачи средств массовой информации.
7. Электронные СМИ: виды, общая характеристика.
8. Основные подходы к изучению средств массовой информации.
9. Значение СМИ в современном мире.
10. Информационные агентства как вид СМИ.
11. Проблема классификации средств массовой информации.
12. Критерии классификации СМИ по форме собственности
13. Критерии классификации СМИ по широте распространения.
14. Критерии классификации СМИ по стилю.
15. Критерии классификации СМИ по периодичности.
16. Критерии классификации СМИ по жанрам.
17. Критерии классификации СМИ по способу передачи и мощности радио- и телесигнала.
18. Предшественники первых газет в Древнем Риме: содержание и способ изготовления.

#### **Критерии допуска к экзамену и оценки знаний студента на экзамене:**

При решении вопроса о допуске к экзамену учитываются результаты контрольных точек. Итоговая аттестация по дисциплине (экзамен) складывается из текущей работы студента в семестре, промежуточного контроля, самостоятельной работы и ответа на экзамене. При выставлении экзаменационной оценки учитывается работа студента в течение семестра, по темам, пропущенным студентом в течение семестра, на экзамене задаются дополнительные вопросы.

Основные показатели оценки знаний студентов:

Оценка «*отлично*» ставится за полное изложение полученных знаний в устной или письменной форме в соответствии с требованиями программы. Допускаются единичные несущественные ошибки, самостоятельно исправляемые студентом. При изложении ответа должен самостоятельно выделять существенные признаки изученного, выявлять причинно-следственные связи, формулировать выводы и обобщения, свободно оперировать фактами, использовать сведения из дополнительных источников.

Оценка «*хорошо*» ставится за полное изложение полученных знаний в устной или письменной форме в системе в соответствии с требованиями программы. Допускаются отдельные несущественные ошибки, исправляемые студентом после указания на них преподавателем. При изложении студент должен самостоятельно выделять существенные признаки изученного, выявлять причинно-следственные связи, формулировать выводы и обобщения, в которых могут быть отдельные несущественные ошибки.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится за неполное изложение знаний. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправляемые с помощью преподавателя. Студент

проявляет затруднения при выделении существенных признаков изученного материала, при выявлении причинно-следственных связей и формулировки выводов.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится за неполное бессистемное изложение учебного материала. При этом студент допускает существенные ошибки, неисправляемые даже с помощью преподавателя, а также за полное незнание и непонимание материала.

### **Список примерных вопросов к экзамену (9 семестр):**

1. Средства массовой информации: определение, основные характерные черты и признаки.
2. Междисциплинарные связи, место дисциплины в образовательной программе по специальности/направлению подготовки «Религиоведение».
3. Венецианские бюро по сбору информации в эпоху Возрождения как прообразы информационных агентств.
4. Предшественники первых газет в Древнем Риме: содержание и способ изготовления. Древнекитайский «Столичный вестник» как прототип печатной газеты.
5. Печатный пресс Иоганна Гуттенберга и его роль в развитии печатных СМИ
6. Возникновение профессии журналиста. «LaGazette» как первая газета современного типа и ее политическое и религиозное значение.
7. Газетный бум в Европе в XIX в.
8. Газеты времени Петра I. Развитие средств массовой информации в России в XIX веке.
9. Новые технологии на службе СМИ.
10. Прототипы газет во времена Михаила Федоровича: «вестовые письма» («столбцы», «куранты»).
11. Роль СМИ в Первой и Второй мировых войнах.
12. Появление радио и телевидения как основной фактор развития СМИ в XX веке.
13. Психологические трактовки феномена массового сознания: Г. Лебон, С. Московичи, Э. Фромм.
14. Попытки осмысления феномена СМИ в философии постмодернизма: концепция симулякров Ж. Бодрийера. Бертран Рассел о СМИ.
15. Усиление влияния СМИ на формирование массового сознания.
16. История изобретения интернета. Основные этапы развития интернета.
17. Динамика числа пользователей интернета в 1970-2000-х гг.
18. Ключевые принципы интернета.
19. Протоколы интернета. Услуги интернета. Субкультура интернета.
20. Цензура в интернете. Интернет-издания как новый тип СМИ.
21. Переход традиционных СМИ в интернет-пространство.
22. Проект Web 2.0: новая эпоха в развитии интернета.
23. Преимущества интернет-изданий в сравнении с традиционными СМИ.
24. Социальные сети как фактор развития интернет-СМИ.
25. Сходные функции религии и СМИ. СМИ на службе у религии: религиозные средства массовой информации, их особенности и динамика развития.
26. Христианские конфессии и использование ими средств массовой информации: печать, радио, телевидение.
27. Ватикан как главный издательский центр римской католической церкви.
28. Протестантские СМИ.
29. Средства массовой информации Русской православной церкви.
30. Специфика исламских СМИ.
31. Буддизм и СМИ.
32. Сближение религии и СМИ в современном мире.
33. Интернет-технологии на службе современных религиозных организаций.
34. Онлайн-проповеди. Онлайн-паломничества. Онлайн-медитации и онлайн-камлания.
35. Официальные интернет-ресурсы христианских конфессий.
36. Буддизм и интернет.
37. Ислам и интернет-пространство.
38. Основные информационные интернет-ресурсы о религии.
39. Религия онлайн и киберрелигия: проблема определения понятий.
40. Основные подходы к изучению феномена киберрелигии.
41. Интернет-пространство как священное пространство.
42. Сакрализация интернет-технологий.

43. Кибер-шаманизм, «туны» и новый облик верующего. Характерные черты киберрелигии

## **9.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ** **Религия и средства массовой информации**

а) Основная литература:

1. Писманик М.Г.Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений /Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

б) Дополнительная литература:

1. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.
3. Государство, СМИ и церковь : Материалы и рекомендации науч.-практ. конф. (14 ноября 2001 г.). – М.: Ин-т повыш. квалиф. раб.телевидения и радиовещания, 2002. – 66 с.
4. Дзялошинский И.М. СМИ, власть и гражданское общество в регионе : учеб.пособие. – М.: Пульс, 2002. – 44 с.
5. Корконосенко С.Г., Ворошилов В.В. Право и этика СМИ :Учеб.пособие – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та, 1999. – 104 с.
6. Чернышев И. Е. СМИ приграничного региона: становление и особенности функционирования (на примере Амурской области) :моногр. – Благовещенск: Изд-во Амур.гос. ун-та, 2011. – 164 с.
7. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации/ сост. Д. А. Голованов, М. М. Китайчик, А. Г. Рихтер. – М.: Ин-т проблем информ. права, 2004. – 688 с.
8. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества : учеб.пособие : доп. УМО. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
9. Средства массовой информации России : учеб.пособие : рек. УМО/ под ред. Я. Н. Засурского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с.
10. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста : учеб. : доп. УМО. -3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 224 с.

в) Перечень периодических изданий, используемых в учебном процессе:

Вестник Амурского университета

Вопросы истории

Дальний Восток

Международная жизнь.

НГ-религии

Религиоведение

Religion

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

<b>№</b>	<b>Наименование ресурса</b>	<b>Краткая характеристика</b>
1	<a href="http://www.humanities.edu.ru">http://www.humanities.edu.ru</a>	Обширная интернет-библиотека образовательных изданий, в которой собраны электронные учебники, справочные и учебные пособия.
2	<a href="http://www.edu.ru/">http://www.edu.ru/</a>	Федеральный портал «Российское образование»
3	<a href="http://www.gumfak.ru/">http://www.gumfak.ru/</a>	Электронная гуманитарная библиотека

## **10.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Материально-техническое обеспечение дисциплины «Религия и средства массовой информации» предполагает наличие аудиторий, оснащенных мультимедийными средствами (компьютер, проектор, экран), учебных фильмов по изучаемым темам.

## **11. РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Рейтинговая оценка знаний студентов по дисциплине «Религия и средства массовой информации» выставляется в соответствии с положением о балльно-рейтинговой системе оценки деятельности по дисциплинам кафедры «Религиоведение», утвержденным на заседании кафедры религиоведения 28.09.2009 г.

Рабочие планы направления предусматривают изучение дисциплины «Религия и средства массовой информации» с итоговой формой контроля знаний – экзамен. Учебная деятельность студента оценивается по 100-балльной шкале. При этом за работу в течение семестра студент может заработать от 31 до 60 баллов. На экзамене может получить от 20 до 40 баллов.

Шкала пересчета рейтинговых оценок в баллы следующая:

менее 51 балла – «неудовлетворительно»;

от 51 до 74 баллов – «удовлетворительно»;

от 75 до 90 баллов – «хорошо»;

от 91 до 100 баллов – «отлично».

Студент, пропустивший занятия при наличии уважительной причины, имеет право повысить свой рейтинговый балл.

№ п/п	Вид работы студента	Количество баллов
1	Посещение лекции, конспектирование	1
2	Посещение практических занятий	1
3	Участие в обсуждении тем практических занятий	3
4	Выступление с докладом	4
5	Выполнение проверочной работы	2
6	Написание реферата, выступление с докладом	5
7	Ответ на экзаменационный вопрос	15
8	Формулировка определений по основным понятиям дисциплины (третий вопрос экзамена)	10
9	Отсутствие конспекта практического занятия	- 2
10	Затруднение при ответе на вопрос по теме практического занятия	- 3

2 КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ ПРОГРАММНОГО МАТЕРИАЛА

*План-конспект лекций*

## **8 семестр**

### Тема 1. Введение в дисциплину «Религия и СМИ» (2 часа).

#### **План лекции:**

1. «Религия и СМИ»: цели и задачи, предмет и объект дисциплины.
2. Место дисциплины в образовательной программе

#### **Цель, задачи**

Цель лекции - сформировать у студентов представление о дисциплине «Религия и СМИ», ее целях, задачах, предмете, объекте и месте в образовательной программе.

Задачи:

- рассмотреть цели, задачи, предмет и объект дисциплины «Религия и СМИ»
- определить место дисциплины в образовательной программе по специальности «Религиоведение».

#### **Ключевые вопросы:**

*Вопрос 1.* Цель дисциплины «Религия и СМИ» - ознакомление с историей и основными видами СМИ, историей взаимоотношений и взаимовлияния религии и средств массовой информации, а также рассмотрением тех сторон современной религиозной жизни, которые находят свое отражение в СМИ.

Задачи дисциплины:

- знакомство студентов с историей и основными видами СМИ
- изучение истории взаимоотношений религии и средств массовой информации
- формирование понимания специфики отношений между религией и СМИ.

Объект дисциплины: всемирная история культуры.

Предмет дисциплины: взаимодействие религии и средств массовой информации в истории и современной культуре.

*Вопрос 2.* Определяя важность дисциплины «Религия и средства массовой информации», необходимо подчеркнуть, что данная дисциплина является особо важной в условиях современного мира. Религия как социальный институт сегодня немыслима в отрыве от массовых коммуникаций. Поскольку религиозный фактор выступает одним из наиболее влиятельных в формировании социальной и политической картины современного мира, религия неизбежно и регулярно отражается в СМИ - на страницах газет, в новостных телевизионных передачах, новостных интернет-ресурсах. При этом зачастую журналистами допускаются различного рода искажения и неточности в подаче новостей, интервью, экспертных оценок и других материалов о религии, что может быть чревато усилением межконфессиональной напряженности. Уже поэтому чрезвычайно важно исследовать историю взаимоотношений религии и СМИ и их современное взаимодействие. Кроме того, представители религиозных организаций активно используют ресурсы СМИ как средства миссионерской деятельности, что отражается на их вероучении и культовой практике (особенно это отражается при взаимодействии религии и сети интернет). Отсюда, изучение данного курса необходимо для понимания будущими специалистами-религиоведами тех глубинных процессов, которые протекают сегодня в религии. Дисциплина тесно связана с курсами «Социология религии», «Психология религии», «Социальная психология», «История религии» и др.

#### **Литература:**

а) Основная литература:

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

б) Дополнительная литература:

11. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
12. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.
13. Государство, СМИ и церковь : Материалы и рекомендации науч.-практ. конф. (14 ноября 2001 г.). – М.: Ин-т повыш. квалиф. раб.телевидения и радиовещания, 2002. – 66 с.

## Тема 2. Средства массовой информации: общая характеристика (2 часа).

### **План лекции:**

1. Средства массовой информации: определение, основные характерные черты и признаки. Функции и задачи средств массовой информации.
2. Основные подходы к изучению средств массовой информации в отечественной науке.

### **Цель, задачи:**

Цель - дать общую характеристику средств массовой информации

Задачи:

- рассмотреть определение, основные характерные черты и признаки средств массовой информации;
- определить количественные и качественные характеристики СМИ и их функции;
- рассмотреть основные подходы к изучению средств массовой информации в отечественной науке;

### **Ключевые вопросы:**

*Вопрос 1.* СМИ представляют собой учреждения, созданные для открытой, публичной передачи с помощью специального технического инструментария различных сведений любым лицам. Их отличительные черты - публичность, т.е. неограниченный и надперсональный круг потребителей; наличие специальных, технических приборов, аппаратуры; не прямое, разделенное в пространстве и во времени взаимодействие коммуникационных партнеров; однонаправленность взаимодействия от коммуникатора к реципиенту, невозможность перемены их ролей; непостоянный, дисперсивный характер их аудитории, которая образуется от случая к случаю в результате общего внимания, проявленного к той или иной передаче или статье.

*Вопрос 2.* В отечественной науке о журналистике на протяжении длительного времени складывались разнообразные методы. Аналитический взгляд на способы изучения предмета возник едва ли не с первых шагов самой журналистики. Прежде всего, размышляли о ней сами журналисты. В XVIII в. в России это были Ломоносов и Новиков, а в XIX в. — Вяземский, Белинский и многие другие. Затем подключились и ученые — историки, филологи, юристы. Первые шаги научного исследования СМИ были эмпирико-описательными с элементами (часто интересными по содержанию) эссеистского комментирования, вкусовых оценок. В конце XIX — начале XX в. стала складываться академическая школа исследователей отечественной периодики. Ее представители — А. М. Скабичевский, М. К. Лемке, Н. А. Энгельгардт — описывали отдельные издания или группы СМИ, использовали архивы цензурных ведомств. Этот этап сменился временем господства идеологического подхода. Развитие печати оценивалось в соответствии с марксистско-ленинским учением и связывалось с этапами революционного процесса. Но с 60–70-х гг. XX в. ситуация стала меняться. Не будучи удовлетворенными эмпирико-эссеистическими и нормативно-идеологическими подходами, специалисты начали искать иные методы.

### **Литература:**

а) Основная литература:

Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

б) Дополнительная литература:

1. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.
3. Корконосенко С.Г., Ворошилов В.В. Право и этика СМИ : Учеб.пособие – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та, 1999. – 104 с.

в) Интернет-ресурсы:

Быков А.Ю. Теоретико-методологические подходы к исследованию журналистики // Известия Уральского государственного университета. № 56(2008) Проблемы образования, науки и культуры. Выпуск 23. Журналистика и массовые коммуникации // URL: <http://proceedings.usu.ru>

Пугачев В.П., Соловьев А.И. Понятие и функции СМИ // Введение в политологию // Библиотека "Полка букиниста". Значимые книги отечественных и зарубежных авторов. URL: <http://society.polbu.ru>

### Тема 3. Классификация СМИ (4 часа).

#### **План лекции:**

1. Проблема классификации средств массовой информации. Критерии классификации средств массовой информации.
2. Классификация средств массовой информации.

#### **Цель, задачи:**

Цель: сформировать у студентов представление о классификации средств массовой информации.

Задачи:

- осветить проблему классификации средств массовой информации и перечислить основные критерии классификации средств массовой информации;
- классификация средств массовой информации.

#### **Ключевые вопросы:**

*Вопрос 1.* Проблема классификации средств массовой информации. Среди имеющихся наиболее популярны следующие критерии:

- по форме собственности (государственные, частные, корпоративные...);
- по широте распространения (т.н. центральные и региональные);
- по стилю (серьезные, бульварные или массовые, желтые или скандальные и т.д.);
- по периодичности (газеты: ежедневные и еженедельники);
- по жанрам (общественно-политические, отраслевые, рекламные и т.д.)
- по способу передачи и мощности радио- и телесигнала

Однако ни один из вышеприведенных критериев не является универсальным.

*Вопрос 2.* Печатные СМИ и их особенности. Виды печатных СМИ. Газеты: государственные и частные; ежедневные и еженедельные; серьезные и массовые; общественно-политические и отраслевые (тематические); региональные и надрегиональные ("центральные"). Журналы: государственные и частные; еженедельные - ежемесячные - ежеквартальные; себесные и массовые; общественно-политические и отраслевые (тематические); региональные и надрегиональные ("центральные"). Бюллетени: региональные и надрегиональные ("центральные"); политические - правовые – отраслевые. Справочники: региональные и надрегиональные ("центральные"); комбинированные и специализированные. Листовки: рекламные - социальные – политические. Электронные СМИ: виды, общая характеристика. Информационные агентства как вид СМИ. Радиокomпании (каналы): государственные и частные; региональные и надрегиональные ("центральные"); длинно-, средне- и коротковолновые – FM; информационные и развлекательные. Телевизионные компании (каналы): государственные и частные; региональные и надрегиональные ("центральные"); эфирные - спутниковые – кабельные; социально-политические - специализированные – развлекательные. Интернет: Онлайн-СМИ (сетевые СМИ); интернет-газеты; интернет-журналы; новостные порталы (ленты); интернет-

дайджесты; электронные версии печатных СМИ; электронные версии либо представительские сайты радио- и ТВ-каналов; информационные и информационно-образовательные порталы; представительские сайты учреждений, предприятий, общественных и национальных организаций.

Литература:

а) Основная литература:

1. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений /Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.

2. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

б) Дополнительная литература:

1. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.
3. Чернышев И. Е. СМИ приграничного региона: становление и особенности функционирования (на примере Амурской области) : моногр. – Благовещенск: Изд-во Амур.гос. ун-та, 2011. – 164 с.
4. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации/ сост. Д. А. Голованов, М. М. Китайчик, А. Г. Рихтер. – М.: Ин-т проблем информ. права, 2004. – 688 с.
5. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества : учеб.пособие : доп. УМО. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
6. Средства массовой информации России : учеб.пособие : рек. УМО/ под ред. Я. Н. Засурского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с.

в) Интернет-ресурсы:

Классификация средств массовой информации // Медиаспрут. URL:<http://www.mediasprut.ru>

#### Тема 4. История развития средств массовой информации в Древнем мире (4 часа).

##### **План лекции:**

1. Предшественники первых газет в Древнем Риме: содержание и способ изготовления.
2. Древнекитайский «Столичный вестник» как прототип печатной газеты. Способ изготовления и содержание.

##### **Цель, задачи:**

Цель – сформировать у студентов представление о развитии средств массовой информации в Древнем мире.

Задачи:

- сформировать у студентов представление о развитии средств массовой информации в Древнем Риме
- сформировать у студентов представление о развитии средств массовой информации в Древнем Китае

##### **Ключевые вопросы:**

*Вопрос 1.* Предшественниками газет традиционно считаются новостные сообщения, распространявшиеся в Древнем Риме о событиях, произошедших в городе. Переписывавшиеся от руки свитки под названием Actadiurnaropuliromanī («Ежедневные дела римского народа») вывешивались на площадях и доставлялись политикам или просто знатным горожанам. Римские газеты представляли собой деревянные дощечки, на которых

записывали хронику событий. Новостные сводки, как правило, имели неофициальный характер, пока Юлий Цезарь не распорядился в обязательном порядке распространять отчёты о заседаниях сената, донесения полководцев и послания правителей соседних государств.

*Вопрос 2.* Первой в мире печатной газетой стал «Столичный вестник», который начал выходить в Китае в VIII веке. В ней помещали указы императора и сообщения о важнейших событиях. Газеты печатали с досок, на которых вырезали иероглифы, покрывали тушью и делали оттиски. Эта технология была крайне неудобной, так как доска от частого покрывания краской быстро приходила в негодность.

Литература:

а) Основная литература:

1. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений /Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.
2. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

б) Дополнительная литература:

1. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.
3. Чернышев И. Е. СМИ приграничного региона: становление и особенности функционирования (на примере Амурской области) : моногр. – Благовещенск: Изд-во Амурского гос. ун-та, 2011. – 164 с.
4. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации/ сост. Д. А. Голованов, М. М. Китайчик, А. Г. Рихтер. – М.: Ин-т проблем информ. права, 2004. – 688 с.
5. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества : учеб.пособие : доп. УМО. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
6. Средства массовой информации России : учеб.пособие : рек. УМО/ под ред. Я. Н. Засурского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с.

## Тема 5. История развития СМИ в Европе в эпоху Нового времени (2 часа).

### **План лекции:**

1. Печатный пресс Иоганна Гуттенберга и его роль в развитии печатных СМИ.
2. Венецианские бюро по сбору информации в эпоху Возрождения как прообразы информационных агентств. Возникновение профессии журналиста.
3. «LaGazette» как первая газета современного типа и ее политическое и религиозное значение. Газетный бум в Европе в XIX в.

### **Цель, задачи:**

Цель – сформировать у студентов представление об истории развития СМИ в эпоху Нового времени

Задачи:

- осветить историю создания печатного прессы и его роль;
- осветить историю Венецианского бюро по сбору информации в эпоху Возрождения;
- осветить историю создания первой газеты современного типа и газетный бум в Европе XIX в.

### **Ключевые вопросы:**

*Вопрос 1.* На протяжении последующих после античности столетий в газетах мало что изменилось: вплоть до изобретения в Германии в 1450-х годах Иоганном Гутенбергом печатного пресса, позволявшего размножать текст и изображения, не прибегая к услугам переписчиков, газеты (представлявшие собой всё те же переписанные от руки свитки с главными новостями) оставались весьма дорогим атрибутом жизни высокопоставленных чиновников или богатых торговцев.

*Вопрос 2.* Свой современный облик газеты начали приобретать в XVI веке. Тогда и вошло в обиход само название «газета» — по наименованию мелкой итальянской монеты *gazzetta*, которую обычно платили за рукописный листок новостей в Венеции. Считается, что именно в этом городе были образованы первые бюро по сбору информации — прообразы информационных агентств — и возникла профессия «писателей новостей».

*Вопрос 3.* К числу первых газет, сильно напоминающих современные нам издания, принято относить издававшуюся с 30 мая 1631 года во Франции газету «*La Gazette*». Тираж газеты насчитывал около 1200 экземпляров, а её издателем стал получивший в 1630 году патент на распространение новостей по территории Франции дворянин Теофраст Рендо. Политическое значение «*La Gazette*» было настолько велико, что некоторые сообщения в неё писали лично король Франции Людовик XIII, а также кардинал Ришельё. Значение «*La Gazette*» для развития этого типа СМИ было особенно велико ещё и потому, что в «*La Gazette*» стала размещаться платная реклама. В 1657 году одна из английских газет опубликовала первое рекламное предложение, вскоре король Карл II разместил частное объявление о пропаже любимой собаки, а полвека спустя Даниэль Дефо положил начало политической журналистике, основав еженедельник «Обзорение государственных дел».

Литература:

а) Основная литература:

1. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений /Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.

2. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

б) Дополнительная литература:

1. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.

2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.

3. Чернышев И. Е. СМИ приграничного региона: становление и особенности функционирования (на примере Амурской области) : моногр. – Благовещенск: Изд-во Амурского гос. ун-та, 2011. – 164 с.

4. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации/ сост. Д. А. Голованов, М. М. Китайчик, А. Г. Рихтер. – М.: Ин-т проблем информ. права, 2004. – 688 с.

5. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества : учеб. пособие : доп. УМО. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.

6. Средства массовой информации России : учеб. пособие : рек. УМО/ под ред. Я. Н. Засурского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с.

## 9 семестр

Тема 6. История развития средств массовой информации в России (2 часа).

**План лекции:**

1. Прототипы газет во времена Михаила Федоровича: «вестовые письма» («столбцы», «куранты»).
2. Газеты времен Петра I.
3. Развитие средств массовой информации в России в XIX веке.

**Цель, задачи:**

Цель – сформировать у студентов представление о развитии средств массовой информации в России до XIX в. включительно.

Задачи:

- осветить историю средств массовой информации в России во времена царя Михаила Федоровича;
- осветить историю средств массовой информации в России во времена Петра I;
- осветить историю средств массовой информации в России в XIX веке.

**Ключевые вопросы:**

*Вопрос 1.* В России для царей Михаила Федоровича и Алексея Михайловича готовились рукописные газеты – «Вестовые письма» и «Куранты». Основу их составляли переводные новости из голландских, немецких, шведских, польских газет. Дьяки и подьячие Посольского приказа выбирали новости, переводили и переписывали на узкие длинные столбцы бумаги. Газета читалась царю вслух, иногда некоторые сообщения слушали и приближенные к царю бояре.

*Вопрос 2.* Первая печатная газета появилась при Петре I. 17 декабря 1702 г. вышел в свет первый номер «Ведомостей». По замыслу Петра I в них должно было сообщаться о «заграничных и внутренних происшествиях». 3 января 1702 года третий номер «Ведомостей» вышел уже в печатном виде. Царь сам принимал непосредственное участие в составлении первых номеров, отбирая к публикации нужные новости и известия. В разные годы газета выходила с различной периодичностью и только через четверть века стала регулярной печатной газетой, которая издавалась каждую неделю по вторникам и пятницам.

*Вопрос 3.* Первое рекламное агентство в России было открыто в XIX веке предпринимателем Метцелем. Именно ему принадлежит и расхожая фраза: «Реклама есть двигатель торговли». XIX в. стал для нашей страны веком появления рекламных изданий, которые в Европе возникли гораздо раньше - в первой половине XVII в. Начало XIX в. ознаменовано в России созданием таких новых столичных газет, как «Санкт-Петербургские коммерческие ведомости» (1802), «Северная почта» (1809), «Сенатские ведомости» (1809), «Гений времени» (1807), «Северная пчела» (1825), «Коммерческая газета» (1825) и «Земледельческая газета» (1834). Причем частные объявления, по утверждению некоторых исследователей истории российской рекламы, были разрешены только в «Санкт-Петербургских ведомостях» и «Московских ведомостях», тогда как другие исследователи полагают, что исключительное право печатать частные объявления в Российской империи в данный период времени предоставлялось только «Губернским ведомостям», монополия которых на рекламу продлилась до начала 60-х гг. В общественно-политической жизни России XIX века произошел ряд событий, оказавших значительное влияние на развитие отечественных средств массовой информации. Журналистика в этот период становится не только летописцем, но и активным участником общественно-политических событий. Отечественная война 1812 года способствовала росту национального самосознания, подъему вольнолюбивых настроений в обществе, обострила внимание к социально-политическим вопросам современности. Восстание на Сенатской площади 25 декабря 1825 года обозначило глубокие противоречия в социально-политической жизни России, раскол в среде русской прогрессивной интеллигенции. Эти два события во многом определили дальнейший ход отечественной истории и развитие общественно-политической мысли и прогрессивной периодической печати. На страницах печати обсуждать положение крестьянства, значение просветительской деятельности среди народа и др. В первой четверти XIX века России возникло около 150 новых периодических изданий - официальных и частных, столичных и провинциальных. Именно в то время закрепляется приоритет журнала перед другими видами

периодики, утверждается общественный и профессиональный статус журналиста, формируются новые жанры русской периодической печати. После 1834 года альманахи утрачивают характер массового литературно-общественного явления. Распространение альманахов дало основание В.Г. Белинскому назвать литературу 20-30-х годов XIX века «по преимуществу альманачною». К 1840 году роль и значение печати в общественной жизни России значительно возросли. Но революционная ситуация в Европе способствовали усилению контроля над печатью, что выразилось в учреждении Николаем I специального комитета, который ревизовал столичные издания и требовал от редакторов «согласия с видами нашего правительства».

а) Основная литература:

Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

б) Дополнительная литература:

1. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
2. Государство, СМИ и церковь : Материалы и рекомендации науч.-практ. конф. (14 ноября 2001 г.). – М.: Ин-т повыш. квалиф. раб.телевидения и радиовещания, 2002. – 66 с.
3. Средства массовой информации России : учеб.пособие : рек. УМО/ под ред. Я. Н. Засурского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с.

б) Интернет-ресурсы:

<http://bibliofond.ru/view.aspx?id=13424>

<http://www.znaikak.ru/bornjournalist/print.html>

Тема 7. Развитие средств массовой информации в XX веке: информационная эра в истории человечества (2 часа).

**План лекции:**

1. Роль СМИ в Первой и Второй мировых войнах.
2. Новые технологии на службе СМИ. Появление радио и телевидения как основной фактор развития СМИ в XX веке.

**Цель, задачи:**

Цель – сформировать у студентов представление о развитии средств массовой информации в России в XX в.

Задачи:

- определить роль СМИ в Первой и Второй мировых войнах.
- осветить историю средств массовой информации в связи с развитием технологий в XX в.;

**Ключевые вопросы:**

*Вопрос 1.* Первая мировая война стала поворотным пунктом в развитии теории и практики пропаганды. В самом начале войны правительства воюющих стран, за исключением Германии и России, пришли к выводу о необходимости создания специальных органов для оказания информационно-психологического воздействия на войска и население противника, а также для воздействия на общественное мнение в нейтральных странах и внутри своих стран. В 1914 году при министерстве иностранных дел Великобритании было создано бюро военной пропаганды, позднее управление военной информации, которое в дальнейшем было преобразовано в министерство информации. Министерство осуществляло пропаганду среди военнослужащих и населения зарубежных стран. В августе 1915 года при 2-м отделе генерального штаба министерства обороны Франции был создан отдел службы военной пропаганды, задачей которого являлось воздействие на противника с помощью листовок. В каждой французской армии имелся самолет для распространения печатных материалов. В 1917 году в ведение информационного противоборства включились и США. Президент

США Вильсон создал Комитет по общественной информации под председательством Джорджа Криля.

*Вопрос 2.* Во время первой мировой войны потребности в обеспечении радиосвязи между частями действующих армий и кораблями ВМС, а также первые попытки использования радиопередач в целях пропаганды и дезинформации противника вызвали бурный рост производства радиооборудования. С наступлением мира фирмы – производители радиотехники стремились переориентировать созданные в годы войны обширные производственные мощности на массовый выпуск и сбыт передатчиков и приемных устройств на гражданском рынке. Одновременно происходило быстрое совершенствование технической базы радиовещания. На фоне дальнейшего развития движения радиолюбителей в послевоенные годы прогрессировало экспериментальное вещание, адресованное пока еще немногочисленным радиолюбителям. Быстрое развитие радиовещания поощрялось как со стороны корпораций – производителей радиотехники, деловых кругов, которые оценили его богатые перспективные возможности как средства коммерческой рекламы, так и со стороны многих политиков, осознавших огромный общественный потенциал радио – «газеты без бумаги и расстояний». В печати разных стран развернулась широкая кампания по пропаганде радио, способствующая непрерывному росту интереса общественности к новому средству коммуникации, развитию радиолюбительского движения.

а) Основная литература:

Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

б) Дополнительная литература:

1. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
2. Государство, СМИ и церковь : Материалы и рекомендации науч.-практ. конф. (14 ноября 2001 г.). – М.: Ин-т повыш. квалиф. раб.телевидения и радиовещания, 2002. – 66 с.
3. Средства массовой информации России : учеб.пособие : рек. УМО/ под ред. Я. Н. Засурского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с.

б) Интернет-ресурсы:

<http://evartist.narod.ru/text8/53.htm>

[http://propagandahistory.ru/books/Igor-Panarin\\_SMI--propaganda-i-informatsionnye-voyny/25](http://propagandahistory.ru/books/Igor-Panarin_SMI--propaganda-i-informatsionnye-voyny/25)

Тема 8. СМИ как главный фактор формирования массового сознания (2 часа).

**План лекции:**

1. Усиление влияния СМИ на формирование массового сознания. Психологические трактовки феномена массового сознания: Г.Лебон, С. Московичи, Э. Фромм.
2. Попытки осмысления феномена СМИ в философии постмодернизма: концепция симулякров Ж. Бодрийяра.

**Цель, задачи:**

Цель – сформировать у студентов представление о средствах массовой информации как главном факторе формирования массового сознания.

Задачи:

- осветить психологические трактовки феномена массового сознания и роли в его формировании СМИ;
- осветить взгляды философов-постмодернистов на средства массовой информации.

**Ключевые вопросы:**

*Вопрос 1.* Первым признанным теоретиком масс в конце XIX века стал Г. Лебон (1896). Главной моделью для него была толпа, рассматриваемая как психологический феномен, возникающий при непосредственном взаимодействии индивидов независимо от их социального положения, национальности, профессии, даже повода, вызвавшего образование данной толпы. В толпе образуется социально-психологическое («духовное») единство массы — «душа толпы». Она проникается определенными общими чувствами, взаимовнушение дает ей значительное приращение энергетике, в толпе глушится, исчезает сознательная личность. В середине XX века возникли два основных варианта теорий массового общества: либерально-критический (К. Маннгейм, Д. Рисмен, Э. Фромм) и леворадикальный (Р. Миллс (1959)). Острые их критики были направлены против бюрократизации и централизации власти, усиления контроля над личностью со стороны государственно-монополистической организации общества, против отчуждения, атомизации, конформизации людей. В 1960-1970-е гг. американские социологи Д. Белл и Э. Шилз объявили теории массового общества «неоправданно критическими», дисфункциональными по отношению к существующей системе и попытались реструктурировать их, направив в русло официальной идеологии.

*Вопрос 2.* Подход Бодриера заключается в том, что он попытался объяснить симулякры как результат процесса симуляции, трактуемой им как «порождение гиперреального» «при помощи моделей реального, не имеющих собственных истоков и реальности». Под действием симуляции происходит «замена реального знаками реального». Симулякр оказывается принципиально несоотносимым с реальностью напрямую, если вообще соотносимым с чем-либо, кроме других симулякров. Симулякры – это «копии копий», «рисунки рисунков», не отсылающих ни к каким реальным предметам, событиям, вещам. Процесс симуляции – это не пародия, не имитация, это процесс копирования без исходника. Чтобы стать законченным, или, как предпочитает его называть Бодриер, «чистым симулякром», образ проходит ряд последовательных стадий: он является отражением базовой реальности; он маскирует и искажает базовую реальность; он маскирует отсутствие базовой реальности; он не имеет никакого отношения к какой-либо реальности: он является своим собственным чистым симулякром.

а) Основная литература:

Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

б) Дополнительная литература:

1. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.
3. Средства массовой информации России : учеб. пособие : рек. УМО/ под ред. Я. Н. Засурского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с.

б) Интернет-ресурсы:

<http://www.lookatme.ru>

[http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Psihol/olshansk/01.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/olshansk/01.php)

Тема 9. Возникновение интернета и его влияние на развитие СМИ (2 часа).

**План лекции:**

1. Основные этапы развития интернета и его ключевые принципы.
2. Интернет-издания как новый тип СМИ: общая характеристика

**Цель, задачи:**

Цель – сформировать у студентов представление возникновении интернета и его влиянии на развитие СМИ.

Задачи:

- осветить историю развития сети интернет и его ключевые принципы;
- охарактеризовать интернет-издания как новый тип СМИ: общая характеристика.

**Ключевые вопросы:**

*Вопрос 1.* История изобретения интернета. Основные этапы развития интернета. Динамика числа пользователей интернета в 1980-2000-х гг. Ключевые принципы интернета. Протоколы интернета. Услуги интернета. Субкультура интернета. Цензура в интернете.

*Вопрос 2.* Интернет-издания как новый тип СМИ. Переход традиционных СМИ в интернет-пространство. Преимущества интернет-изданий в сравнении с традиционными СМИ. Проект Web 2.0: новая эпоха в развитии интернета. Социальные сети как фактор развития интернет-СМИ. Техническое сходство интернета и телевидения. Традиционная ориентация интернета на подачу информации в комбинации “текст+иллюстрация” ориентирована преимущественно на интеллектуальную среду, в то время как телевидение эксплуатирует более примитивный и потому более доступный широким массам визуальный и звуковой ряды. Текстово-графическая подача информации приближает интернет-журналистику к традиционным бумажным СМИ. В отличие от телевизионного видеоряда, интернет-СМИ в значительной мере управляет сам пользователь. В силу психологических особенностей человеческого восприятия, наиболее естественным для человека европейской культуры является просмотр информации сверху вниз, что делает непривычной для восприятия горизонтальную прокрутку экрана. Это ограничение, в свою очередь, приводит Интернет-издания к необходимости отказа от традиционной для печатных СМИ колоночной верстки или, как минимум, к сокращению числа колонок. Свои ограничения накладывает и специфика языка разметки текстов HTML, который усложняет верстку текста при наличии достаточно объемных иллюстраций, способных “растянуть” колонки сайта либо “наложиться” друг на друга. Вертикальная прокрутка текста также имеет свои ограничения. В отличие от газетного или журнального листа, который читатель может “пробежать” глазами, остановившись лишь на ключевых фразах, текст в Интернет-СМИ читается всегда подряд. Непривычный же для рядового читателя яркий фон монитора, мелкий шрифт и отвлекающее обрамление сайта приводят к резкой утомляемости глаз и как следствие – к снижению интереса к тексту уже на втором-третьем экране прокрутки, т.е. в общем случае на третьей-четвертой тысяче знаков. Эта особенность восприятия информации приводит Интернет-журналистику к необходимости сокращения объемов текста, его структуризации, внедрению ярких элементов, способных “перебить” утомляемость читателя. Подобная специфика подачи информации объясняет провал на рынке Интернет-СМИ электронных версий тех традиционных газет, которые отличаются объемными текстами, и успех сайтов информационных агентств и таблоидов. Необходимость структуризации информации с целью сокращения вертикальной прокрутки ставит во главу угла любого Интернет-СМИ заголовок и анонс текста.

а) Основная литература:

1. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений /Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.
2. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

б) Дополнительная литература:

1. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.

3. Средства массовой информации России : учеб.пособие : рек. УМО/ под ред. Я. Н. Засурского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с.

б) Интернет-ресурсы:

[http://www.compress.ru/article.aspx?id=9699&part=Insert\\_11ext1](http://www.compress.ru/article.aspx?id=9699&part=Insert_11ext1)

<http://libbabr.com/?book=4385>

#### Тема 10. Религия и средства массовой информации: история взаимоотношений (2 часа).

##### **План лекции:**

1. Религия и СМИ: общие функции и история взаимоотношений
2. Использование СМИ современными религиями

##### **Цель, задачи:**

Цель – сформировать у студентов представление об истории взаимоотношений религии и СМИ.

Задачи:

- осветить общие функции религии и СМИ и историю их взаимоотношений;
- охарактеризовать особенности использования СМИ современными религиями.

##### **Ключевые вопросы:**

*Вопрос 1.* Сходные функции религии и СМИ: компенсаторная, информативная, регулятивная и др. История взаимоотношений религии и СМИ: античность, средневековье, Новое время, новейшее время. Взаимосвязь религии и СМИ в современном мире: религия и СМИ «связаны, потому что они — оба часть культуры, часть ткани повседневной жизни», «Одна из причин, почему религия продолжает существовать, это СМИ» (Стюарт Хувер, исследователь религии и СМИ из университета Колорадо). В цифровой век религиозные учреждения не только становятся «медийными» (media-ised), но оказываются перед проблемой потери власти из-за подпитываемого СМИ «рынка символов».

*Вопрос 2.* СМИ на службе у религии: религиозные средства массовой информации, их особенности и динамика развития. Христианские конфессии и использование ими средств массовой информации: печать, радио, телевидение. Ватикан как главный издательский центр римской католической церкви. Протестантские СМИ и их специфика. Средства массовой информации Русской православной церкви: телевидение, радио, печатные СМИ, интернет-СМИ. Специфика и роль исламских СМИ в современном мире. Буддизм и СМИ. Сближение религии и СМИ в современном мире.

а) Основная литература:

1. Писманик М.Г.Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений /Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

б) Дополнительная литература:

1. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.
3. Государство, СМИ и церковь : Материалы и рекомендации науч.-практ. конф. (14 ноября 2001 г.). – М.: Ин-т повыш. квалиф. раб.телевидения и радиовещания, 2002. – 66 с.
4. Дзялошинский И.М. СМИ, власть и гражданское общество в регионе : учеб.пособие. – М.: Пульс, 2002. – 44 с.

5. Корконосенко С.Г., Ворошилов В.В. Право и этика СМИ :Учеб.пособие – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та, 1999. – 104 с.
6. Чернышев И. Е. СМИ приграничного региона: становление и особенности функционирования (на примере Амурской области) :моногр. – Благовещенск: Изд-во Амур.гос. ун-та, 2011. – 164 с.
7. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации/ сост. Д. А. Голованов, М. М. Китайчик, А. Г. Рихтер. – М.: Ин-т проблем информ. права, 2004. – 688 с.
8. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества : учеб.пособие : доп. УМО. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
9. Средства массовой информации России : учеб.пособие : рек. УМО/ под ред. Я. Н. Засурского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с.
10. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста : учеб. : доп. УМО. -3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 224 с.

б) Интернет-ресурсы:

<http://www.bogoslov.ru/text/733954/index.html>

### Тема 11. Интернет и его влияние на религию (2 часа).

#### **План лекции:**

1. Потенциал интернет-технологий для развития религии
2. Интернет-технологии на службе современных религиозных организаций

#### **Цель, задачи:**

Цель – сформировать у студентов представление влиянии интернета на религию.

Задачи:

- охарактеризовать потенциал интернет-технологий для развития религии;
- описать, как современные религиозные организации используют ресурсы сети интернет.

#### **Ключевые вопросы:**

*Вопрос 1.* Потенциал интернет-технологий для развития религии. Достоинства и недостатки использования интернет-ресурсов. Аудитория пользователей интернета: статистика по миру и в России. Расширение сферы влияния интернета. Возможности, открываемые интернет-пространством для религиозных организаций и отдельных верующих. Интернет для сфера и средство ведения миссионерской деятельности. Интернет как информационное пространство для верующих.

*Вопрос 2.* Интернет-технологии на службе современных религиозных организаций. Крупнейшие интернет-ресурсы, посвященные конкретным религиям и религии в целом. Официальные интернет-ресурсы крупнейших религиозных организаций. Римская католическая церковь и использование ею сети интернет для осуществления своей деятельности. Русская православная церковь и использование ею сети интернет для осуществления своей деятельности. Протестантизм и его обращение к интернет-ресурсам. Ислам и интернет-пространство: информационные исламские сайты и их специфика. Буддизм и интернет: основные буддийские ресурсы и их специфика. Новые формы религиозной деятельности. Онлайн-проповеди. Онлайн-паломничества. Онлайн-медитации и онлайн-камлания. Официальные интернет-ресурсы христианских конфессий. Основные информационные интернет-ресурсы о религии. Проблема поиска достоверной информации о религии в сети интернет.

а) Основная литература:

1. Писманик М.Г.Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений /Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.

3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

б) Дополнительная литература:

1. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.
3. Государство, СМИ и церковь : Материалы и рекомендации науч.-практ. конф. (14 ноября 2001 г.). – М.: Ин-т повыш. квалиф. раб.телевидения и радиовещания, 2002. – 66 с.
4. Дзялошинский И.М. СМИ, власть и гражданское общество в регионе : учеб.пособие. – М.: Пульс, 2002. – 44 с.
5. Корконосенко С.Г., Ворошилов В.В. Право и этика СМИ :Учеб.пособие – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та, 1999. – 104 с.
6. Чернышев И. Е. СМИ приграничного региона: становление и особенности функционирования (на примере Амурской области) :моногр. – Благовещенск: Изд-во Амурс.гос. ун-та, 2011. – 164 с.
7. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации/ сост. Д. А. Голованов, М. М. Китайчик, А. Г. Рихтер. – М.: Ин-т проблем информ. права, 2004. – 688 с.
8. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества : учеб.пособие : доп. УМО. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
9. Средства массовой информации России : учеб.пособие : рек. УМО/ под ред. Я. Н. Засурского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с.
10. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста : учеб. : доп. УМО. -3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 224 с.

б) Интернет-ресурсы:

<http://www.bogoslov.ru>

<http://religo.ru>

<http://www.amursu.ru/religio>

Тема 12. Киберрелигия как новый религиозный феномен (2 часа).

**План лекции:**

1. Понятие и сущность киберрелигии
2. Киберрелигия: многообразие современной религиозной жизни

**Цель, задачи:**

Цель – сформировать у студентов представление киберрелигии как новом религиозном феномене.

Задачи:

- охарактеризовать понятие и сущность киберрелигии;
- осветить основные формы проявления киберрелигии в современном мире.

**Ключевые вопросы:**

*Вопрос 1.* Нелинейная динамика отношений религии и науки. Проблема интерпретации киберрелигии: зарубежный опыт. Религия онлайн и киберрелигия: проблема определения понятий. Дефиниции и особые черты киберпространства. Генезис и сущность киберрелигии. Место и значение религии в киберпространстве. Типологии религий в киберпространстве. Характерные черты киберрелигии. Основные подходы к изучению феномена киберрелигии. Киберрелигия как ресурс. Киберрелигия как особая религиозная формация. Интернет-

пространство как священное пространство. Сакрализация интернет-технологий. Перспективы существования религии в интернете. Т.Лири о будущем интернета и религии.

*Вопрос 2.* разнообразные формы проявления киберрелигии в современной сети интернет. Архаические религии и киберпространство: новый образ шаманизма. Кибер-шаманизм: «туны» и новый облик верующего. Киберрелигия и хайтек-язычество. Теология рунета: Кибер-Бог. Демонология Рунета и хайтек-пандемониум. Магические практики и суеверия в сети интернет. Гадательные практики в киберпространстве. Мистицизм в киберпространстве. Традиционные религии и киберпространство. Православие и интернет. Новые религиозные движения и киберпространство. Развитие «Фалуныгун» в условиях современных компьютерных технологий. Интернет как источник формирования бреда религиозного содержания у психически больных. Трансформация традиционных религиозных представлений в компьютерных играх.

*Литература:*

1. Забияко А.П., Воронкова Е.А., Лапин А.В., Пратына Д.А. и др. Киберрелигия: наука как фактор религиозных трансформаций / под ред. А.П. Забияко. – Благовещенск: Амурский гос. университет, библиотека журнала «Религиоведение». – 208 с.
2. Писманик М.Г.Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
4. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений /Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.

*Интернет-ресурсы:*

Забияко А.П., Воронкова Е.А., Лапин А.В., Пратына Д.А. и др. Киберрелигия: наука как фактор религиозных трансформаций / под ред. А.П. Забияко. – Благовещенск: Амурский гос. университет, библиотека журнала «Религиоведение». – 208 с. ([www.amursu.ru/religio](http://www.amursu.ru/religio))

Дисциплина «Религия и средства массовой информации» является важной составной частью профессиональной подготовки по специальности ВПО 031801.65– «Религиоведение». Преподавание данной дисциплины требует от преподавателя высокого уровня профессионализма, который предполагает наличие соответствующих теоретических знаний в области истории средств массовой информации и их взаимосвязи с религией, а также современных взаимоотношениях религии и массовых коммуникаций. Также необходимо обладание общепедагогическими и ораторскими навыками и умениями.

Для того чтобы заинтересовать студенческую аудиторию, рекомендуется использовать сравнительно-исторический метод, акцентировать внимание на актуальности изучаемых тем, обращаться к современным примерам религиозной жизни.

Преподавателям необходимо учитывать специфику дисциплины «Религия и средства массовой информации» и излагать курс живо, но вместе с тем точно и объективно. В поликонфессиональных и полиэтнических условиях современного российского общества преподавателям религиоведческих дисциплин необходимо придерживаться объективной позиции, излагать материал максимально тактично, опираясь на достоверные факты. С самого начала изучения дисциплины необходимо ориентировать студентов на работу в таком же ключе.

Преподавателю необходимо свободно ориентироваться в многообразии современных массовых коммуникаций. Учитывая возрастающий интерес студентов к Интернет-ресурсам, рекомендуется сформировать перечень сайтов, на которых представлен достоверный материал по истории и современному состоянию взаимоотношений религии и СМИ.

В ходе преподавания дисциплины необходимо опираться на знания, полученные студентами при изучении смежных дисциплин, таких как «Всемирная история», «Философия религии», «Социология религии», «История религии», «История свободомыслия», «Диалог религиозных и нерелигиозных мировоззрений» и т.п.

### 3.1 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

№ п/п	Тема семинарского занятия	Семестр	Неделя семестра	Объем аудиторных	Кол-во самост. работы
1	Введение в дисциплину «Религия и СМИ»	8	1-10	2	2
2	Средства массовой информации: общая характеристика	8	11-13 14-18	2	2
3	Классификация СМИ	8	1-8	2	2
4	История развития средств массовой информации в Древнем Мире	8	9-16	4	2
5	История развития СМИ в Европе в эпоху Нового времени	8	1-2	4	2
6	История развития средств массовой информации в России	9	3-4	2	2
7	Развитие средств массовой информации в XX веке: информационная эра в истории человечества	9	5-8	2	2
8	СМИ как главный фактор формирования массового сознания	9	9-10	2	2
9	Возникновение интернета и его влияние на развитие СМИ	9	11-12	2	2
10	Религия и средства массовой информации: история взаимоотношений	9	13-14	2	2

11	Религия и средства массовой информации: история взаимоотношений	9	15-17	2	2
12	Киберрелигия как новый религиозный феномен.	9	18-19	2	2

## 8 семестр

### Тема 1. Введение в дисциплину «Религия и СМИ» (2 часа).

1. Цели и задачи, предмет и объект дисциплины.
2. Важность изучения курса для понимания современной религиозной ситуации в России и других странах.
3. Место дисциплины в образовательной программе по специальности «Религиоведение».

#### Литература:

#### *Основная*

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. – 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

#### *Дополнительная*

1. Государство, СМИ и церковь : Материалы и рекомендации науч.-практ. конф. (14 ноября 2001 г.). – М.: Ин-т повыш. квалиф. раб. телевидения и радиовещания, 2002. – 66 с.
2. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
3. Социальная ответственность средств массовой информации : сборник материалов/ Центр общественного развития "Амур-батюшка" ; Сост. И.Г. Сакович. – Благовещенск: Зея, 2002. – 112 с.

#### Методические рекомендации для подготовки к семинарскому занятию

Тема является вводом в дисциплину: это необходимо для формирования у студентов представления о целях, задачах, предмете и объекте дисциплины и ее месте в образовательной программе по специальности «религиоведение». При подготовке к занятию в качестве основных источников следует использовать энциклопедии, справочники и словари, раскрывающие понятия «религия» и «СМИ». Основной упор рекомендуется сделать на изучение учебного пособия М.Г. Писманика «Религиоведение». Студентам необходимо написать конспект по заданному плану, в ходе практического занятия - свободно ориентироваться в изученном материале.

*Основные понятия:* дисциплина, высшее образование, образовательная программа, религия, СМИ.

### Тема 2. Средства массовой информации: общая характеристика (2 часа).

1. Средства массовой информации: определение, основные характерные черты и признаки.
2. Количественные и качественные характеристики СМИ.
3. Функции и задачи средств массовой информации.
4. Основные подходы к изучению средств массовой информации.
5. Значение СМИ в современном мире.

#### Литература:

#### *Основная*

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. История печати. Антология. Том 3. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 272 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

#### *Дополнительная*

1. Дзялошинский И.М. СМИ, власть и гражданское общество в регионе : учеб. пособие. – М.: Пульс, 2002. – 44 с.
2. Государство, СМИ и церковь : Материалы и рекомендации науч.-практ. конф. (14 ноября 2001 г.). – М.: Ин-т повыш. квалиф. раб. телевидения и радиовещания, 2002. – 66 с.
3. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
4. Социальная ответственность средств массовой информации : сборник материалов/ Центр общественного развития "Амур-батюшка" ; Сост. И.Г. Сакович. – Благовещенск: Зея, 2002. – 112 с.

#### Методические рекомендации для подготовки к семинарскому занятию

Тема занятия посвящена общей характеристике средств массовой информации. Изучение данной темы является необходимым для формирования у студентов представления об основных чертах и признаках средств массовой информации, их количественных и качественных характеристиках, функциях и задачах, а также основных подходах к изучению СМИ. При подготовке к занятию в качестве основных источников следует использовать учебники и учебные пособия, энциклопедии, справочники и словари, посвященные СМИ. Студентам необходимо написать конспект по заданному плану, в ходе практического занятия – свободно ориентироваться в изученном материале.

*Основные понятия:* средства массовой информации, функции СМИ, задачи СМИ, количественные и качественные характеристики СМИ.

#### Тема 3. Классификация СМИ (2 часа).

1. Проблема классификации средств массовой информации.
2. Печатные СМИ и их особенности.
3. Электронные СМИ: виды, общая характеристика.
4. Информационные агентства как вид СМИ.
5. Критерии классификации СМИ.

#### Литература:

##### *Основная*

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. История печати. Антология. Том 3. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 272 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

##### *Дополнительная*

1. Дзялошинский И.М. СМИ, власть и гражданское общество в регионе : учеб. пособие. – М.: Пульс, 2002. – 44 с.
2. Государство, СМИ и церковь : Материалы и рекомендации науч.-практ. конф. (14 ноября 2001 г.). – М.: Ин-т повыш. квалиф. раб. телевидения и радиовещания, 2002. – 66 с.
3. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
4. Социальная ответственность средств массовой информации : сборник материалов/ Центр общественного развития "Амур-батюшка" ; Сост. И.Г. Сакович. – Благовещенск: Зея, 2002. – 112 с.

### Методические рекомендации для подготовки к семинарскому занятию

Тема занятия посвящена проблеме классификации средств массовой информации. Изучение данной темы является необходимым для формирования у студентов представления о проблеме классификации средств массовой информации, критериях классификации СМИ, а также об основных видах средств массовой информации и их особенностях. При подготовке к занятию в качестве основных источников следует использовать учебники и учебные пособия, энциклопедии, справочники и словари, посвященные СМИ. Студентам необходимо написать конспект по заданному плану, в ходе практического занятия - свободно ориентироваться в изученном материале.

*Основные понятия:* классификация, критерии классификации, средства массовой информации, печатные издания, интернет-издания, радио, телевидение.

#### Тема 4. История развития средств массовой информации в Древнем Море (4 часа).

1. Предшественники первых газет в Древнем Риме: содержание и способ изготовления.
2. Древнекитайский «Столичный вестник» как прототип печатной газеты.
3. Способ изготовления и содержание.

Литература:

#### *Основная*

3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
4. История печати. Антология. Том 3. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2008. - 272 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

#### *Дополнительная*

1. Лазутина Г. В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества : учеб.пособие : доп. УМО – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
2. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
3. Основы воздействия СМИ/ Дж. Брайант, С. Томпсон. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.

### Методические рекомендации для подготовки к семинарскому занятию

Тема занятия посвящена истории развития средств массовой информации в Древнем Море. Изучение данной темы является необходимым для формирования у студентов представления о происхождении первых средств массовой информации в Китае и Древнем Риме, способах их изготовления, содержания и выполняемых ими функций. При подготовке к занятию в качестве основных источников следует использовать учебники и учебные пособия, энциклопедии, справочники и словари, посвященные СМИ. Студентам необходимо написать конспект по заданному плану, в ходе практического занятия - свободно ориентироваться в изученном материале.

*Основные понятия:* история СМИ, средства массовой информации, печатные издания, Древний Китай, Древний Рим.

#### Тема 5. История развития СМИ в Европе в эпоху Нового времени (4 часа).

1. Печатный пресс Иоганна Гуттенберга и его роль в развитии печатных СМИ.
2. Венецианские бюро по сбору информации в эпоху Возрождения как прообразы информационных агентств.
3. Возникновение профессии журналиста. «LaGazette» как первая газета современного типа и ее политическое и религиозное значение.
4. Газетный бум в Европе в XIX в.

Литература:

#### *Основная*

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

2. История печати. Антология. Том 3. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 272 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

#### *Дополнительная*

1. Лазутина Г. В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества : учеб.пособие : доп. УМО – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
2. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
3. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.

#### Методические рекомендации для подготовки к семинарскому занятию

Тема занятия посвящена истории развития средств массовой информации в Европе в эпоху Нового времени. Изучение данной темы является необходимым для формирования у студентов представления о развитии средств массовой информации в Европе в 17-19 вв., способах их изготовления, содержания и выполняемых ими функций. При подготовке к занятию в качестве основных источников следует использовать учебники и учебные пособия, энциклопедии, справочники и словари, посвященные СМИ. Студентам необходимо написать конспект по заданному плану, в ходе практического занятия – свободно ориентироваться в изученном материале.

*Основные понятия:* история СМИ, средства массовой информации, печатные издания, Европа, Иоганн Гуттенберг, печатный пресс, «LaGazette».

#### **9 семестр**

#### Тема 6. История развития средств массовой информации в России (2 часа).

1. Прототипы газет во времена Михаила Федоровича: «вестовые письма» («столбцы», «куранты»).
2. Газеты времен Петра I.
3. Развитие средств массовой информации в России в XIX веке.

#### Литература:

#### *Основная*

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. История печати. Антология. Том 3. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 272 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

#### *Дополнительная*

1. Средства массовой информации России : учеб.пособие : рек. УМО/ под ред. Я. Н. Засурского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с.
2. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации / сост. Д. А. Голованов, М. М. Китайчик, А. Г. Рихтер. – М.: Ин-т проблем информ. права, 2004. – 688 с.
3. Шахова И. А. Пресса и власть на Дальнем Востоке России (вторая половина XIX – начало XX вв.) : моногр. – Благовещенск: Изд-во Дальневост. гос. аграр. ун-та, 2006. – 345 с.
4. Чернышев И. Е. СМИ приграничного региона: становление и особенности функционирования (на примере Амурской области) : моногр. – Благовещенск: Изд-во Амур.гос. ун-та, 2011. – 164 с.
5. Дзялошинский И.М. СМИ, власть и гражданское общество в регионе : учеб.пособие. – М.: Пульс, 2002. – 44 с.

#### Методические рекомендации для подготовки к семинарскому занятию

Тема занятия посвящена истории развития средств массовой информации в России до 19 века включительно. Изучение данной темы является необходимым для формирования у студентов представления о развитии средств массовой информации в России в 16-19 вв., способах их изготовления, содержания и выполняемых ими функций. При подготовке к занятию в качестве основных источников следует использовать учебники и учебные пособия, энциклопедии, справочники и словари, посвященные СМИ. Студентам необходимо написать конспект по заданному плану, в ходе практического занятия – свободно ориентироваться в изученном материале.

*Основные понятия:* история СМИ, средства массовой информации, печатные издания, Россия, «вестовые письма», «куранты», столбцы, Петр I, Михаил Федорович, Алексей Михайлович.

Тема 7. Развитие средств массовой информации в XX веке: информационная эра в истории человечества (2 часа).

1. Новые технологии на службе СМИ.
2. Роль СМИ в Первой и Второй мировых войнах.
3. Появление радио и телевидения как основной фактор развития СМИ в XX веке.

Литература:

*Основная*

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений /Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

*Дополнительная*

1. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.
3. Социальная ответственность средств массовой информации : сборник материалов/ Центр общественного развития "Амур-батюшка" ; Сост. И.Г. Сакович. – Благовещенск: Зоря, 2002. – 112 с.
4. Корконосенко С.Г., Ворошилов В.В. Право и этика СМИ : Учеб. пособие – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та, 1999. – 104 с.

*Методические рекомендации для подготовки к семинарскому занятию*

Тема занятия посвящена истории развития средств массовой информации в XX веке. Изучение данной темы является необходимым для формирования у студентов представления о развитии средств массовой информации в XX веке, их влияния на глобальные исторические процессы, роли научно-технического прогресса в развитии СМИ. При подготовке к занятию в качестве основных источников следует использовать учебники и учебные пособия, энциклопедии, справочники и словари, посвященные СМИ. Студентам необходимо написать конспект по заданному плану, в ходе практического занятия - свободно ориентироваться в изученном материале.

*Основные понятия:* история СМИ, средства массовой информации, печатные издания, XX век, мировые войны, научно-технический прогресс.

Тема 8. СМИ как главный фактор формирования массового сознания (2 часа).

1. Усиление влияния СМИ на формирование массового сознания.
2. Психологические трактовки феномена массового сознания: Г. Лебон, С. Московичи, Э. Фромм.
3. Попытки осмысления феномена СМИ в философии постмодернизма: концепция симулякров Ж. Бодрийяра.
4. Бертран Рассел о СМИ.

Литература:

*Основная*

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия

для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

#### *Дополнительная*

1. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.
3. Социальная ответственность средств массовой информации : сборник материалов/ Центр общественного развития "Амур-батюшка" ; Сост. И.Г. Сакович. – Благовещенск: Зея, 2002. – 112 с.
4. Корконосенко С.Г., Ворошилов В.В. Право и этика СМИ : Учеб.пособие – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та, 1999. – 104 с.

#### Методические рекомендации для подготовки к семинарскому занятию

Тема занятия посвящена влиянию средств массовой информации на формирование массового сознания. Изучение данной темы является необходимым для формирования у студентов представления о влиянии средств массовой информации на формирование массового сознания, феномене массового сознания и основных подходах к его изучению. При подготовке к занятию в качестве основных источников следует использовать учебники и учебные пособия, энциклопедии, справочники и словари, посвященные массовому сознанию и СМИ. Студентам необходимо написать конспект по заданному плану, в ходе практического занятия - свободно ориентироваться в изученном материале.

*Основные понятия:* СМИ, средства массовой информации, массовое сознание, психология масс, психология толпы, Лебон, Московичи, Фромм, Рассел, Бодрийяр.

#### Тема 9. Возникновение интернета и его влияние на развитие СМИ (2 часа).

1. История изобретения интернета.
2. Основные этапы развития интернета.
3. Динамика числа пользователей интернета в 1970-2000-х гг. Ключевые принципы интернета.
  1. Протоколы интернета.
  2. Цензура в интернете.
  3. Интернет-издания как новый тип СМИ.
  4. Переход традиционных СМИ в интернет-пространство.
  5. Преимущества интернет-изданий в сравнении с традиционными СМИ.
  6. Проект Web 2.0: новая эпоха в развитии интернета.
  7. Социальные сети как фактор развития интернет-СМИ.

#### Литература:

#### *Основная*

1. Писманик М.Г.Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений /Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

#### *Дополнительная*

1. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.
3. Социальная ответственность средств массовой информации : сборник материалов/ Центр общественного развития "Амур-батюшка" ; Сост. И.Г. Сакович. – Благовещенск: Зея, 2002. – 112 с.

4. Корконосенко С.Г., Ворошилов В.В. Право и этика СМИ :Учеб.пособие – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та, 1999. – 104 с.

Методические рекомендации для подготовки к семинарскому занятию

Тема занятия посвящена истории возникновения интернета и его влиянию на развитие средств массовой информации. Изучение данной темы является необходимым для формирования у студентов представления о возникновении интернета и его структуре, протоколах интернета, а также специфике интернет-СМИ. При подготовке к занятию в качестве основных источников следует использовать учебники и учебные пособия, энциклопедии, справочники и словари, посвященные интернету и СМИ в целом. Студентам необходимо написать конспект по заданному плану, в ходе практического занятия - свободно ориентироваться в изученном материале.

*Основные понятия:* интернет, всемирная паутина, СМИ, средства массовой информации.

Тема 10. Религия и средства массовой информации: история взаимоотношений(2 часа).

1. Сходные функции религии и СМИ. СМИ на службе у религии: религиозные средства массовой информации, их особенности и динамика развития.
2. Христианские конфессии и использование ими средств массовой информации: печать, радио, телевидение.
3. Ватикан как главный издательский центр римской католической церкви.
4. Протестантские СМИ.
5. Средства массовой информации Русской православной церкви.
6. Специфика исламских СМИ.
7. Буддизм и СМИ.
8. Сближение религии и СМИ в современном мире.

Литература:

*Основная*

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений /Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

*Дополнительная*

1. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.
3. Социальная ответственность средств массовой информации : сборник материалов/ Центр общественного развития "Амур-батюшка" ; Сост. И.Г. Сакович. – Благовещенск: Зея, 2002. – 112 с.
4. Корконосенко С.Г., Ворошилов В.В. Право и этика СМИ :Учеб.пособие – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та, 1999. – 104 с.

Методические рекомендации для подготовки к семинарскому занятию

Занятия посвящено истории взаимоотношений религии и средств массовой информации. Изучение данной темы является необходимым для формирования у студентов представления о том, как взаимодействовали между собой религия и средства массовой информации на протяжении всей истории человечества, какие у них общие функции и задачи, как используют сегодня разные религии средства массовой информации. При подготовке к занятию в качестве основных источников следует использовать учебники и учебные пособия, энциклопедии, справочники и словари, посвященные религии и

СМИ. Студентам необходимо написать конспект по заданному плану, в ходе практического занятия - свободно ориентироваться в изученном материале.

*Основные понятия:* религия, религиозные организации, СМИ, средства массовой информации, религиозная публицистика, религиозные СМИ.

#### Тема 11. Интернет и его влияние на религию (2 часа).

1. Интернет-технологии на службе современных религиозных организаций.
2. Новые возможности, открывающиеся для религий в интернете.
3. Онлайн-проповеди.
4. Онлайн-паломничества.
5. Онлайн-медитации и онлайн-камлания.
6. Официальные интернет-ресурсы христианских конфессий.
7. Буддизм и интернет.
8. Ислам и интернет-пространство.
9. Основные информационные интернет-ресурсы о религии.

Литература:

#### *Основная*

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений /Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

#### *Дополнительная*

1. Забияко А.П., Воронкова Е.А., Лапин А.В., Пратына Д.А. и др. Киберрелигия: наука как фактор религиозных трансформаций /под ред. А.П. Забияко. – Благовещенск: Амурский гос.ун-т, библиотека журнала «Религиоведение», 2012. – 208 с.
2. СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
3. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.

#### Методические рекомендации для подготовки к семинарскому занятию

Занятие посвящено истории влиянию интернета современные религии. Изучение данной темы является необходимым для формирования у студентов представления о влиянии интернета на современные религии, появление новых форм религиозной жизни, возможностям, открываемым интернетом для развития религиозных движений. При подготовке к занятию в качестве основных источников следует использовать учебники и учебные пособия, энциклопедии, справочники и словари, посвященные интернету и религии. Студентам необходимо написать конспект по заданному плану, в ходе практического занятия – свободно ориентироваться в изученном материале.

*Основные понятия:* интернет, всемирная паутина, религия, средства массовой информации, киберпространство, квазирелигия.

#### Тема 12. Киберрелигия как новый религиозный феномен (2 часа).

1. Религия онлайн и киберрелигия: проблема определения понятий.
2. Основные подходы к изучению феномена киберрелигии.
3. Интернет-пространство как священное пространство.
4. Сакрализация интернет-технологий.
5. Т.Лири о будущем интернета и религии.
6. Кибер-шаманизм, «туны» и новый облик верующего.
7. Характерные черты киберрелигии

Литература:

### Основная

1. Писманик М.Г. Религиоведение. Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 280 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)
2. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений /Под редакцией М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие : Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов РФ в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с. (Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека on-line»)

### Дополнительная

- 4 Забияко А.П., Воронкова Е.А., Лапин А.В., Пратына Д.А. и др. Киберрелигия: наука как фактор религиозных трансформаций /под ред. А.П. Забияко. – Благовещенск: Амурский гос.ун-т, библиотека журнала «Религиоведение», 2012. – 208 с.
- 5 СМИ как фактор трансформации культуры : науч. докл. А.С. Запесоцкого и материалы дискуссий. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гуманитар. ун-та профсоюзов, 2010. – 355 с.
- 6 Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.

#### Методические рекомендации для подготовки к семинарскому занятию

Занятие посвящено новому религиозному феномену - киберрелигии. Изучение данной темы является необходимым для формирования у студентов представления о понятии киберрелигии, сущности этого феномена, основных подходах к его изучению и конкретных формах его проявления. При подготовке к занятию в качестве основных источников следует использовать учебники и учебные пособия, энциклопедии, справочники и словари, посвященные интернету и религии. Особый упор необходимо сделать на изучение коллективной монографии «Киберрелигия: наука как фактор религиозных трансформаций» под ред. А.П. Забияко. Студентам необходимо написать конспект по заданному плану, в ходе практического занятия – свободно ориентироваться в изученном материале.

*Основные понятия:* интернет, всемирная паутина, религия, средства массовой информации, киберрелигия, киберпространство, квазирелигия.

### 3.2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ СТУДЕНТОВ

В соответствии с учебным планом по специальности 031801.65 Религиоведение объем самостоятельной работы студентов – 24 часа. Ниже приведена схема распределения объема самостоятельной работы студентов по разделам дисциплины:

№ п/п	№ раздела дисциплины	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоёмкость в часах
1	Введение в дисциплину «Религия и СМИ»	Конспект по заданному плану	2
2	Средства массовой информации: общая характеристика	Конспект по заданному плану	2
3	Классификация СМИ	Конспект по заданному плану	2
4	История развития средств массовой информации в Древнем Мире	Конспект по заданному плану	2
5	История развития СМИ в Европе в эпоху Нового времени	Конспект по заданному плану	2
6	История развития средств массовой информации в России	Конспект по заданному плану	2
7	Развитие средств массовой информации в XX веке: информационная эра в истории человечества	Конспект по заданному плану	2

8	СМИ как главный фактор формирования массового сознания	Конспект заданному плану	по	2
9	Возникновение интернета и его влияние на развитие СМИ	Конспект заданному плану	по	2
10	Религия и средства массовой информации: история взаимоотношений	Конспект заданному плану	по	2
11	Религия и средства массовой информации: история взаимоотношений	Конспект заданному плану	по	2
12	Киберрелигия как новый религиозный феномен.	Конспект заданному плану	по	2

Целью самостоятельной работы студентов является выработка умения самостоятельно находить, отбирать нужный материал, выстраивать и осмысливать его. Самостоятельная работа студентов при изучении курса «Религия и средства массовой информации» предполагает более глубокое изучение тем. Рекомендуется, во-первых, прорабатывать материалы, полученные в курсе лекций и затем закреплять пройденный самостоятельно материал на практических занятиях. При подготовке к семинарским занятиям студентам рекомендуется использовать учебную литературу и периодические издания, а также ресурсы Интернет. Во-вторых, необходимо углубленное изучение материала с использованием рекомендуемой литературы, составление подробных конспектов. Одно из направлений самостоятельной работы студентов связано с постоянным использованием справочной, энциклопедической литературы по религиоведению. Например,

1. Энциклопедия религий: энциклопедия/ под ред. А. П. Забияко, А. Н. Красникова, Е. С. Элбакян. - М.: Академический Проект: Гаудеамус, 2008. -1520 с.
2. Религиоведение : энцикл. слов./ под ред. А. П. Забияко, А. Н. Красникова, Е. С. Элбакян. - М: Академический Проект, 2006. – 1256 с.

Контроль самостоятельной работы студентов по изучению отдельных тем может осуществляться путем включения части материала в словарные работы, которые позволяют проверять уровень освоения студентами пройденного материала. Важную роль в самостоятельной работе студента играет самоконтроль по рабочим программам дисциплины, контрольным вопросам, к которым необходимо обращаться постоянно, особенно перед промежуточными этапами проверки знаний – контрольными работами, контрольными точками, экзаменами. Студентам также рекомендуется обращаться к периодической литературе, рекомендуемой в рабочей программе дисциплины.

#### 4. КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ

##### 4.1 ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ

Контроль знаний студентов необходимо осуществлять на всех этапах учебного процесса: проверка работы студентов во время лекций, подготовки к практическим занятиям и самостоятельной работы по усвоению учебного материала. С точки зрения содержания необходимо следить за тем, как студенты овладевают специальной терминологией, понятийной базой дисциплины, с одной стороны, а с другой – контролировать, насколько полно они усваивают теоретический и эмпирический материал. Отсюда следует, что формы контроля должны быть разнообразными.

На лекциях может быть использован *экспресс-опрос*, когда студенты в течение 10 мин. (перед окончанием лекционного занятия) делают письменную работу, в которой обобщают содержание лекционного материала. О проведении экспресс-опроса они заранее не предупреждаются. Поэтому систематическое проведение этой формы контроля способствует повышению учебной дисциплины при проведении лекционных занятий.

Для стимулирования и контроля работы студентов по формированию у них понятийной базы дисциплины целесообразно использовать «словарные диктанты» в

качестве работы с терминами и дефинициями. Проводить их можно на каждом занятии в самом начале.

Основная форма контроля – выступления студентов на практических занятиях – дополняется беседами с ними на консультациях.

По итогам изучения семинарских и лекционных тем в рамках дисциплины «Религия и средства массовой информации» предусматривается текущий контроль знаний. Для этого предлагается проведение проверочных работ, проверка ключевых понятий по темам, тестовые задания, сообщения на заданные темы.

Образец проверочных заданий и тестовых вопросов по темам:

#### **Задания для проверочных работ:**

Проверочная работа №1: История развития средств массовой информации в Древнем Мире  
*Вопрос №1.* Предшественники первых газет в Древнем Риме: содержание и способ изготовления.  
*Вопрос №2.* Древнекитайский «Столичный вестник» как прототип печатной газеты. Способ изготовления и содержание.

Проверочная работа № 2: СМИ как главный фактор формирования массового сознания  
*Вопрос №1.* Усиление влияния СМИ на формирование массового сознания.  
*Вопрос №2.* Психологические трактовки феномена массового сознания: Г.Лебон, С. Московичи, Э. Фромм.  
*Вопрос №3.* Попытки осмысления феномена СМИ в философии постмодернизма: концепция симулякров Ж. Бодрийяра.  
*Вопрос №4.* Бертран Рассел о СМИ.

#### Тестовые задания для промежуточного контроля знаний

##### *Вариант №1.*

1. При каком царе появились первые русские газеты («вестовые письма»)?  
а) Петр I; б) Михаил Федорович;  
в) Николай II; г) Алексей Михайлович.
2. Кто является автором теории симулякров, в том числе идеи о СМИ как источнике симулякров?  
а) Бодрийяр; б) Ф.Ницше  
в) Г.Лебон; г) С.Московичи.
3. Кто изобрел первый европейский печатный станок?  
а) Гуттенберг; б) Фридрих II;  
в) Коперник; г) Леонардо да Винчи.
4. Как назывался древнекитайский прототип печатной газеты?  
а) «Столичный вестник»; б) «Провинциальный вестник»;  
в) «Китайский вестник»; г) «Императорский вестник».
5. Как называется официальная газета Ватикана?  
а) L'Osservatore Romano; б) Misteria Morte;  
в) Rerum Novarum; г) Anno Domini.
6. Что из перечисленного не относится к средствам массовой информации?  
а) телевидение; б) газеты;  
в) интернет; г) монографии.
7. Как называется иначе интернет-пространство?  
а) киберпространство; б) мегапространство;  
в) гиперпространство; г) квазипространство.
8. Как называется один из наиболее крупных официальных журналов Московского патриархата?  
а) «Фома» б) «Петр»;



в семестре, промежуточного контроля, самостоятельной работы и ответа на зачете.

Оценка «зачтено» ставится за полное изложение полученных знаний в устной или письменной форме в соответствии с требованиями программы. Допускаются отдельные несущественные ошибки, исправляемые студентом после указания на них преподавателем. При изложении студент должен выделять существенные признаки изученного, формулировать выводы и обобщения.

Оценка «незачтено» ставится за неполное бессистемное изложение учебного материала. При этом студент допускает существенные ошибки, неисправляемые даже с помощью преподавателя, а также за полное незнание и непонимание материала.

**Список примерных вопросов к зачету (8 семестр):**

1. «Религия и СМИ»: цели и задачи, предмет и объект дисциплины.
2. Средства массовой информации: определение, основные характерные черты и признаки.
3. Междисциплинарные связи, место дисциплины в образовательной программе по специальности/направлению подготовки «Религиоведение».
4. Количественные и качественные характеристики СМИ.
5. Печатные СМИ и их особенности.
6. Функции и задачи средств массовой информации.
7. Электронные СМИ: виды, общая характеристика.
8. Основные подходы к изучению средств массовой информации.
9. Значение СМИ в современном мире.
10. Информационные агентства как вид СМИ.
11. Проблема классификации средств массовой информации.
12. Критерии классификации СМИ по форме собственности
13. Критерии классификации СМИ по широте распространения.
14. Критерии классификации СМИ по стилю.
15. Критерии классификации СМИ по периодичности.
16. Критерии классификации СМИ по жанрам.
17. Критерии классификации СМИ по способу передачи и мощности радио- и телесигнала.
18. Предшественники первых газет в Древнем Риме: содержание и способ изготовления.

Форма итогового контроля по результатам 9 семестра – экзамен.

**Критерии допуска к экзамену и оценки знаний студента на экзамене:**

При решении вопроса о допуске к экзамену учитываются результаты контрольных точек. Итоговая аттестация по дисциплине (экзамен) складывается из текущей работы студента в семестре, промежуточного контроля, самостоятельной работы и ответа на экзамене. При выставлении экзаменационной оценки учитывается работа студента в течение семестра, по темам, пропущенным студентом в течение семестра, на экзамене задаются дополнительные вопросы.

Основные показатели оценки знаний студентов:

Оценка «отлично» ставится за полное изложение полученных знаний в устной или письменной форме в соответствии с требованиями программы. Допускаются единичные несущественные ошибки, самостоятельно исправляемые студентом. При изложении ответа должен самостоятельно выделять существенные признаки изученного, выявлять причинно-следственные связи, формулировать выводы и обобщения, свободно оперировать фактами, использовать сведения из дополнительных источников.

Оценка «хорошо» ставится за полное изложение полученных знаний в устной или письменной форме в системе в соответствии с требованиями программы. Допускаются отдельные несущественные ошибки, исправляемые студентом после указания на них преподавателем. При изложении студент должен самостоятельно выделять существенные признаки изученного, выявлять причинно-следственные связи, формулировать выводы и обобщения, в которых могут быть отдельные несущественные ошибки.

Оценка «удовлетворительно» ставится за неполное изложение знаний. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправляемые с помощью преподавателя. Студент

проявляет затруднения при выделении существенных признаков изученного материала, при выявлении причинно-следственных связей и формулировки выводов.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится за неполное бессистемное изложение учебного материала. При этом студент допускает существенные ошибки, неисправляемые даже с помощью преподавателя, а также за полное незнание и непонимание материала.

### **Список примерных вопросов к экзамену (9 семестр):**

1. Средства массовой информации: определение, основные характерные черты и признаки.
2. Междисциплинарные связи, место дисциплины в образовательной программе по специальности/направлению подготовки «Религиоведение».
3. Венецианские бюро по сбору информации в эпоху Возрождения как прообразы информационных агентств.
4. Предшественники первых газет в Древнем Риме: содержание и способ изготовления. Древнекитайский «Столичный вестник» как прототип печатной газеты.
5. Печатный пресс Иоганна Гуттенберга и его роль в развитии печатных СМИ
6. Возникновение профессии журналиста. «LaGazette» как первая газета современного типа и ее политическое и религиозное значение.
7. Газетный бум в Европе в XIX в.
8. Газеты времен Петра I. Развитие средств массовой информации в России в XIX веке.
9. Новые технологии на службе СМИ.
10. Прототипы газет во времена Михаила Федоровича: «вестовые письма» («столбцы», «куранты»).
11. Роль СМИ в Первой и Второй мировых войнах.
12. Появление радио и телевидения как основной фактор развития СМИ в XX веке.
13. Психологические трактовки феномена массового сознания: Г. Лебон, С. Московичи, Э. Фромм.
14. Попытки осмысления феномена СМИ в философии постмодернизма: концепция симулякров Ж. Бодрийяра. Бертран Рассел о СМИ.
15. Усиление влияния СМИ на формирование массового сознания.
16. История изобретения интернета. Основные этапы развития интернета.
17. Динамика числа пользователей интернета в 1970-2000-х гг.
18. Ключевые принципы интернета.
19. Протоколы интернета. Услуги интернета. Субкультура интернета.
20. Цензура в интернете. Интернет-издания как новый тип СМИ.
21. Переход традиционных СМИ в интернет-пространство.
22. Проект Web 2.0: новая эпоха в развитии интернета.
23. Преимущества интернет-изданий в сравнении с традиционными СМИ.
24. Социальные сети как фактор развития интернет-СМИ.
25. Сходные функции религии и СМИ. СМИ на службе у религии: религиозные средства массовой информации, их особенности и динамика развития.
26. Христианские конфессии и использование ими средств массовой информации: печать, радио, телевидение.
27. Ватикан как главный издательский центр римской католической церкви.
28. Протестантские СМИ.
29. Средства массовой информации Русской православной церкви.
30. Специфика исламских СМИ.
31. Буддизм и СМИ.
32. Сближение религии и СМИ в современном мире.
33. Интернет-технологии на службе современных религиозных организаций.
34. Онлайн-проповеди. Онлайн-паломничества. Онлайн-медитации и онлайн-камлания.
35. Официальные интернет-ресурсы христианских конфессий.
36. Буддизм и интернет.

37. Ислам и интернет-пространство.
38. Основные информационные интернет-ресурсы о религии.
39. Религия онлайн и киберрелигия: проблема определения понятий.
40. Основные подходы к изучению феномена киберрелигии.
41. Интернет-пространство как священное пространство.
42. Сакрализация интернет-технологий.
43. Кибер-шаманизм, «гуны» и новый облик верующего. Характерные черты киберрелигии

## 5 ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Изучение дисциплины «Религия и средства массовой информации» предусматривает использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. Рекомендуемой формой интерактивных занятий является круглый стол. Такая форма позволяет каждому учащемуся высказать свою точку зрения, выслушать других, развивает умение студентов вести научную полемику. Примерные темы круглых столов:

- 1) Круглый стол на тему «Киберрелигия: будущее религии в интернете» (2 часа)
- 2) Круглый стол на тему «Религия и СМИ: точки взаимодействия» (2 часа)

Кроме того, к интерактивным методам обучения, используемым при изучении дисциплины «Религия и средства массовой информации», можно также отнести групповые задания по составлению совместных слайд-презентаций по изучаемым темам, демонстрируемым учащимися в рамках практических занятий.