

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ ИМЕНИ Е.Р. ДАШКОВОЙ»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ**

«ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТИКИ»

**ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
45.06.01 «Языкознание и литературоведение»
Научная специальность 10.01.10
Журналистика**

Квалификация (степень) «Исследователь. Преподаватель-исследователь»

Форма обучения
Очная, заочная

Москва 2014

**Программа составлена в соответствии с ФГОС высшего образования
Уровень высшего образования
Подготовка кадров высшей квалификации
Направление подготовки
Направление подготовки
45.06.01 «Языкознание и литературоведение»
(Утв. Приказом Минобрнауки РФ от 30 июля 2014г. № 903)**

Разработчик: кандидат филологических наук Ю.Е. Павельева

**Рецензенты: кандидат исторических наук А.А. Антонов-Овсеенко;
доктор филологических наук, профессор Е.В. Сидоров**

Программа одобрена кафедрой журналистики

Протокол № 1 от ____ сентября 2014 г.;

**Программа утверждена Ученым советом
института**

Протокол №2 от ____ октября 2014 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования	3
3. Требования к результатам образования, формируемым дисциплиной	4
4. Структура дисциплины	5
4.1 Распределение учебного времени по семестрам и видам учебных занятий аспирантов очной формы обучения	5
4.2 Тематический план изучения дисциплины	5
5. Содержание дисциплины	13
6. Образовательные технологии	
7. Фонд оценочных средств текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	
8. Учебное и информационное обеспечение дисциплины	26
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	
10. Лист регистрации изменений рабочей программы	29

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения данной дисциплины являются:

- подготовка аспиранта к профессиональной деятельности в области исследования теории журналистики;
- формирование у аспирантов знаний о содержании современной теории журналистики, технологиях современных журналистских исследований;
- систематизация представлений о социальной природе журналистики, комплексе социальных функций СМИ; социальной роли и общественной миссии журналистики и журналиста в демократическом обществе.

Задачей изучения дисциплины является овладение аспирантами соответствующими компетенциями, показывающими готовность и способность выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности в области журналистики.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Дисциплина «Теоретические основы журналистики» представляет систему основополагающих знаний о законах функционирования журналистики, ориентирует обучающихся в овладении последующими специальными дисциплинами.

Изучение теории журналистики позволяет более глубоко познать специфику журналистской деятельности и функционирования журналистского текста, помогает повышению профессиональной квалификации журналистов, ориентирует в специальной литературе, развивает умение мыслить понятиями и категориями журналистики, способствует развитию навыков целостного анализа и интерпретации журналистского произведения.

Учебная дисциплина относится к вариативной части ООП аспирантуры (Вариативная часть. Обязательные дисциплины. Б1В.ОД.3).

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБРАЗОВАНИЯ, ФОРМИРУЕМЫМ ДИСЦИПЛИНОЙ

В результате освоения дисциплины «Теоретические основы журналистики» аспирант должен:

знать:

- модели развития современной науки;
- методологические основы научного знания;
- функции научного исследования;
- содержание и методологию, этапы становления современной теории журналистики;
- алгоритм проведения теоретико-журналистских исследований;
- методологию принятия научно обоснованных решений.

уметь:

- определять роль теории журналистики в становлении современного общества и ее место в структуре современного научного знания;
- применять методические приемы научного исследования;
- использовать известные технологии сбора и обработки теоретико-журналистской информации;

- использовать на практике методологию принятия научно обоснованных решений.

владеть:

- навыками анализа организационных аспектов проведения теоретико-журналистских исследований;
- основными приемами научного исследования в сфере теории журналистики;
- методами выявления тенденций развития современной науки о теории журналистики;
- инструментами диагностики организационных аспектов проведения теоретико-журналистских исследований;
- основами организации и проведения научных исследований в области теории журналистики.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 **зачетные единицы** (144 часа)

Наименование дисциплины	Место дисциплины в структуре ООП Цикл, раздел ООП	Общая трудоемкость (в зачетных единицах/часах)
Теоретические основы журналистики	Вариативная часть Обязательные дисциплины. Б1В.ОД.3.	4 зачетных единиц/144 часа

5. Распределение учебного времени по семестрам и видам

Очная форма обучения (срок обучения 3 года)									
семестр	всего (часов)	лекции (часов)	лабораторный практикум (часов)	Практические занятия (часов)	интерактив (часов)	самостоятельная работа (часов)	консультации (часов)	курсовая работа	итоговая форма контроля
3	72	50		22		72			Зачёт
Заочная форма обучения (срок обучения 4 года)									
5	18	12		6		126			Зачёт

4.2. Тематический план изучения дисциплины по видам учебных занятий аспирантов очной формы обучения

№ п/п	Виды учебных занятий	Количество аудиторных часов	Тема учебного занятия	Материальное и информационное обеспечение занятия	Количество часов самостоятельной работы
1	Лекция	4	Тема 1. Содержание дисциплины «Теоретические основы журналистики». Предмет, методы журналистики	1. Компьютерная презентация	
2	Лекция	4	Тема 2. Социальная информация: понятие, виды, особенности. Информационный процесс	1. Компьютерная презентация	
3	Лекция	4	Тема 3. Информационное пространство. Информационные потоки	1. Компьютерная презентация	
4	Лекция	4	Тема 4. Функции журналистики как особого социального института общества	1. Компьютерная презентация	
5	Семинар	4	Тема 4.1. Журналистика в системе социальных институтов	1. Компьютерная презентация 2. Тестовые задания	
6	Лекция	4	Тема 5. Идеологические модели СМИ. Журналист и государственная служба	1. Компьютерная презентация	
7	Семинар	4	Тема 5.1. СМИ как инструмент демократии	1. Компьютерная презентация 2. Тестовые задания	
8	Лекция	4	Тема 6. Периодические издания и телевидение в системе СМИ	1. Компьютерная презентация	
9	Семинар	4	Тема 6.1. Условия и факторы формирования и функционирования системы СМИ	1. Компьютерная презентация 2. Тестовые задания	
10	Лекция	4	Тема 7. Правовые и моральные нормы профессиональной деятельности журналиста	1. Компьютерная презентация	
11	Семинар	4	Тема 7.1. Журналистская деонтология	1. Компьютерная презентация 2. Тестовые задания	
12	Лекция	4	Тема 8. Аудитория СМИ: понятие, виды	1. Компьютерная презентация	
13	Семинар	4	Тема 8.1. Формы интерактивного общения с аудиторией	1. Компьютерная презентация 2. Тестовые задания	
14	Лекция	4	Тема 9. Реклама в средствах массовой информации	1. Компьютерная презентация	
15	Семинар	2	Тема 9.1. Деятельностная концепция рекламы	1. Компьютерная презентация 2. Тестовые задания	

16	Лекция	4	Тема 10. Содержание и объекты исследования журналистики	1. Компьютерная презентация	
17	Семинар	2	Тема 10.1. Основные направления медиаисследований	1. Компьютерная презентация 2. Тестовые задания	
18	Лекция	4	Тема 11. Области исследований журналистики	1. Компьютерная презентация	
19	Лекция	4	Тема 12. Зарубежные теории журналистики	1. Компьютерная презентация	
20	Лекция	2	Тема 13. Актуальные проблемы современной теории журналистики		
ИТОГО: 72 час. (50л.-22с.)					

4.2. Тематический план изучения дисциплины по видам учебных занятий аспирантов заочной формы обучения

№ п/п	Виды учебных занятий	Количество аудиторных часов	Тема учебного занятия	Материальное и информационное обеспечение занятия	Количество часов самостоятельной работы
1	Лекция	1	Тема 1. Содержание дисциплины «Теоретические основы журналистики». Предмет, методы журналистики	1. Компьютерная презентация	
2	Лекция	1	Тема 2. Социальная информация: понятие, виды, особенности. Информационный процесс	1. Компьютерная презентация	
3	Лекция	1	Тема 3. Информационное пространство. Информационные потоки	1. Компьютерная презентация	
4	Лекция	1	Тема 4. Функции журналистики как особого социального института общества	1. Компьютерная презентация	
5	Семинар	1	Тема 4.1. Журналистика в системе социальных институтов	1. Компьютерная презентация 2. Тестовые задания	
6	Лекция	1	Тема 5. Идеологические модели СМИ. Журналист и государственная служба	1. Компьютерная презентация	
7	Семинар	1	Тема 5.1. СМИ как инструмент демократии	1. Компьютерная презентация 2. Тестовые задания	
8	Лекция	1	Тема 6. Периодические издания и телевидение в системе СМИ	1. Компьютерная презентация	
9	Семинар	1	Тема 6.1. Условия и факторы формирования и функционирования системы СМИ	1. Компьютерная презентация 2. Тестовые задания	
10	Лекция	1	Тема 7. Правовые и моральные нормы профессиональной деятельности журналиста	1. Компьютерная презентация	
11	Семинар	1	Тема 7.1. Журналистская деонтология	1. Компьютерная презентация 2. Тестовые задания	
12	Лекция	1	Тема 8. Аудитория СМИ: понятие, виды	1. Компьютерная презентация	
13	Лекция	1	Тема 9. Реклама в средствах массовой информации	1. Компьютерная презентация	
14	Семинар	2	Тема 9.1. Деятельностная концепция рекламы	1. Компьютерная презентация 2. Тестовые задания	
15	Лекция	1	Тема 10. Содержание и объекты исследования журналистики	1. Компьютерная презентация	
16	Лекция	1	Тема 11. Области исследований журналистики	1. Компьютерная презентация	

17	Лекция	1	Тема 12. Зарубежные теории журналистики	1. Компьютерная презентация	
	ИТОГО	30 18 час. (12л.-6с.)			

3	Лекция	2	Тема 3. Информационное пространство. Информационные потоки	1. Компьютерная презентация	
4	Лекция	1	Тема 4. Функции журналистики как особого социального института общества	1. Компьютерная презентация	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Содержание дисциплины «Теоретические основы журналистики». Предмет, методы журналистики

Система понятий теории журналистики. Понятие «журналистика» в ряду терминов «средства массовой информации», «средства массовой коммуникации», «средства массовой пропаганды», «средства массового общения» (mass media) и др.

Предмет изучения теории журналистики. СМИ как функционирующая система. Компоненты системы («учредитель» «владелец», «издатель», «вещатель», «журналист», «текст», «канал», «аудитория» и др.), структура системы и взаимодействие компонентов.

Система основных категорий науки о журналистике. Центральное место понятия «массовая информация» в структуре системы категорий. Сферы и области научного знания о журналистике: теория, история, социология. Связи и взаимодействия. Особенности развития и современного состояния.

Значение научного знания для практики журналистской деятельности. Проблема «практичности» научного знания и его востребованное.

Задачи курса. Определение роли курса в формировании личности профессионала. Выработка теоретических ориентиров, оснований подхода к анализу явлений практики. Формирование методологических основ изучения журналистских дисциплин, овладения дисциплинами общегуманитарного и социально-экономического циклов.

Тема 2. Социальная информация: понятие, виды, особенности. Информационный процесс

Информация: понятие, виды, особенности. Основные требования, предъявляемые к информации СМИ: точность, достоверность, наличие ссылок на источники, разграничение фактов и мнений, плюрализм в представлении точек зрения. Понятие, виды и особенности социальной информации. Социальная позиция журналиста. Журналистика как разнообразие позиций, ценностей и интересов социальных групп (классовых, национальных, региональных, конфессиональных, возрастных и др.) и общественных объединений. Социально-групповое и общечеловеческое начала в позиции: трудности согласования подходов. Границы разнообразия в рамках гуманистической системы ориентиров. Проблема конвергенции различных позиций. Отношение к экстремизму в различных проявлениях. Выбор позиции и проблема независимости журналиста. Позиция по убеждению, конформизм и нонконформизм.

Информационные объекты различных видов. Виды и свойства информации. Основные информационные процессы. Хранение, передача и обработка информации. Принципы работы с источниками информации. Методы сбора информации: интервью, наблюдение, работа с документами. Селекция, проверка и анализ информации. Методы прецизионной (точной) журналистики. Возможности электронных баз данных, методы работы с ними, способы участия в их создании.

Обеспечение информационной безопасности. Государственная «доктрина информационной безопасности». Национальные интересы в обеспечении информационной безопасности личности (человека и гражданина), общества, государства. Информированность как важнейшее условие безопасного состояния и развития. Угрозы (внутренние и внешние). Участие различных общественных сил и институтов в поддержании массово-информационной безопасности. Социальные типы журналистики, необходимые для достижения информированности и поддержания информационной безопасности СМИ гражданского общества. Государственные СМИ. Комитет по информационной политике Государственной Думы РФ и его возможные роли. Государственно-общественные СМИ. Взаимодействие и динамика развития социальных типов журналистики в демократическом обществе.

Тема 3. Информационное пространство. Информационные потоки

Формирование массовых информационных потоков и создание особого типа авторских произведений (информационных продуктов) как компоненты журналистской деятельности.

Характеристика массовых информационных потоков. Факторы, определяющие соотношение индивидуального и коллективного начал в профессиональной деятельности журналиста. Механизмы формирования массовых информационных потоков.

Планирование массовых информационных потоков как творческий процесс. Разработка концепции издания, канала, программы – основа планирования массовых информационных потоков, ориентированного на обеспечение их непрерывности и высокого качества. Суть планирования как творческой деятельности. Основные этапы планирования. Формы участия журналиста в этом процессе. Информационная база планирования. Предвидение, прогнозирование хода событий как инструмент планирования.

Конструирование и выпуск массовых информационных потоков. Круг дел журналиста, связанных с его непосредственным участием в конструировании и выпуске массовых информационных потоков «в свет» и «в эфир»: подбор материалов для ретрансляции; подготовка заявок на публикации и предложений по верстке; выступления при обсуждении текущих номеров и программ; дежурства по выпуску.

Зависимость круга обязанностей журналиста от канала трансляции массовых информационных потоков.

Тема 4. Функции журналистики как особого социального института общества

Журналистика в системе социальных институтов общества. Особенности журналистики как социального института. Процесс функционирования журналистики в обществе. Ее социальное назначение. Различные секторы СМИ: государственные, государственно-общественные, частные. Журналистика как система средств массовой информации. Традиционные и новые СМИ. Их типология. Плюрализм и толерантность в сфере массовой информации. СМИ как канал выражения и согласования социальных интересов. Социальный диалог в СМИ как средство достижения целей социального консенсуса, согласия, социального партнерства. СМИ как четвертая власть. Информационная политика в области СМИ. Проблемы информационной безопасности.

Функции журналистики. Понятие функции. Многообразие социальных и информационных потребностей общества – объективная основа функций журналистики. Различные теоретические подходы к анализу функций СМИ и их классификация. Идеологические, культурно-просветительские, рекреативные, рекламно-справочные и другие функции СМИ. Взаимодействие журналистики с общественным мнением и массовым сознанием как механизм реализации функций. Соотношение функций и целей в сфере производства и распространения массовой информации. Информация и коммуникация как основа массово-информационного процесса.

Функциональный подход к журналистской деятельности. Место категории «функция» в системе знаний о журналистике. Взаимосвязи понятий «цель», «средства», «деятельность», «результат». Функции журналистики: объективное предназначение и субъективное целеполагание. Роль объективного знания о функциях. Классификация функций: современные подходы.

Функциональная роль СМИ в общественной системе и представления о функциях различных субъектов системы (учредителя, журналиста, аудитории). Объективные причины и формы проявления. Функциональные, дисфункциональные, нефункциональные, афункциональные результаты.

Коммуникативная функция в деятельности журналистики. Понятие коммуникации. Многообразие коммуникативных средств и форм. Средства массовой коммуникации.

Система функций в связи с необходимостью обеспечения «информационного дублирования» всех процессов жизнедеятельности общества.

Идеологические функции. Понятие «идеология», проблема «деидеологизации», «переидеологизации», «реидеологизации». Идеология и социальная ориентация. Журналистика и массовое сознание. Структура массового сознания и её реальное бытие в различных социальных группах. Журналистика и различные компоненты массового сознания (мировоззрение, мирозерцание, историческое сознание, общественное мнение).

Место и роль журналистики в формировании отдельных компонентов массового сознания. Определяющий сущность СМИ характер взаимоотношений «журналистика – общественное мнение». СМИ – аккумулятор, трибуна, комментатор, аналитик, инструмент формирования, преобразования и развития общественного мнения. Особенности его взаимодействия с другими компонентами массового сознания.

Культуроформирующие функции СМИ. Журналистика в ряду других институтов культуры СМИ в отношении с «массовой культурой». СМИ и культура быта, досуга, здоровья, общения и т.д. Рекламно-справочная (утилитарная) информация. Рекреативные функции СМИ. Журналистика и развлечение, психологическая релаксация.

Непосредственно-организаторские функции СМИ. Массово-информационное обеспечение решения политических, экономических, социальных и других задач. СМИ и реализация программ, выдвигаемых представляемыми этими СМИ и стоящими за ними социальными силами, партиями, организациями. Участие журналистики в управлении и социальном контроле. Журналистика и социальная защита граждан.

Функции журналистики как система. Взаимодополнение функций в массово-информационном процессе. Монофункциональные и полифункциональные произведения. Функциональная структура отдельных изданий и программ. Представления журналиста о функциях и выполнение их в зависимости от его взглядов на жизнь общества. Система принципов журналистской деятельности.

Тема 5. Идеологические модели СМИ. Журналист и государственная служба

Принципиальность, ясность и последовательность позиции и формы ее реализации. Проблема верности принципам. Ложные формы принципиальности (догматическая, демагогическая). Недостаток принципиальности – отступления от принципиальности – беспринципность. Творческая, антидогматическая природа подлинной принципиальности. Принципиальность в условиях политического плюрализма. Возможности трансформации принципов в результате борьбы мнений в целях более точного учета требований жизни.

Принципы – основа деятельности СМИ по социальной ориентации «потребителей» информации в самых различных сферах жизни. Журналистика и политика (политические отношения, политические организации, политическая идеология, политическая деятельность). Политическая линия СМИ и характер отражения явлений жизни разного типа (в том числе и нейтральных в политическом отношении). Журналистика как инструмент политики. Политическая культура журналиста. Политический анализ: требования и процесс.

СМИ и информационный порядок в демократическом, гуманистически ориентированном обществе. СМИ как инструмент демократии. Информационное обеспечение демократии (представительной и непосредственной) через достижение информированности всех слоев общества. Плюрализм как обязательное условие демократизма. «Необходимое и достаточное» разнообразие СМИ в демократическом обществе. Проблема моноплюрализма. Толерантность (терпимость) к инакомыслию. Признание равенства социальных сил и позиций (исключая экстремизм). Диалог как способ движения к согласию и его достижения. Многообразие форм: закрытая позиция (монолог), «монологический диалог», «диалогический монолог», открытый диалог. Полнота и адекватность представления и обсуждения взглядов и предложений участников. Коллоквиум и солилоквиум. Ход и

результаты диалога. Консенсус, компромисс, паллиативное решение, «отложенный диалог». Проблема «сдвига к центру». Зависимость успеха от намерений сторон и их способности вести конструктивный диалог. «Социальное партнерство» как условие и результат достижения информационного порядка.

Государственная политика в области СМИ. Требования информационного порядка и его нормативного фиксирования. Регулировка отношений «учредитель (владелец) – главный редактор – журналист», «СМИ – действительность», «СМИ – социальные институты», «СМИ – аудитория». Уставные документы, регламентирующие деятельность редакций. Государственный и общественный контроль за деятельностью СМИ. Проблема цензуры. Деятельность правоохранительных органов в сфере массовой информации. Нормы международного права и национальное законодательство. Саморегулирование (прежде всего этическое) в журналистике. Общественный контроль. Своеобразие юридической регламентации, административного и общественного контроля в разных странах.

Место и роль журналистики в политической системе государства и политических отношениях в обществе. Вопрос о журналистике как о «четвертой власти». Отношения с институтами представительной демократии («первой», «второй», «третьей» властями). Специфика, масштабы, ограничения, формы реализации «властных полномочий» различных СМИ. Проблема легитимности СМИ как «четвертой власти». Область и мера «властных полномочий» СМИ.

Тема 6. Периодические издания и телевидение в системе СМИ

Понятие системы СМИ. Особенности функционирования печати, телевидения и радиовещания в условиях информационного рынка. Структура журналистики. Печатные СМИ: газеты, журналы. Телевидение и радиовещание. Информационные агентства и другие производители печатной, аудио- и видеопродукции. Сетевые СМИ. Инфраструктура СМИ. Мировые информационные сети. Службы публичных отношений, рекламные организации.

Основные условия и факторы формирования и функционирования системы СМИ: аудиторный, политико-правовой, экономико-финансовый, профессионально-кадровый, материально-технический. Средства массовой информации как системный объект. Система СМИ и ее среда. Целостность системы СМИ. Дифференциация и интеграция СМИ и системные факторы, воздействующие на эти процессы. Основные подсистемы в СМИ: техническая, экономическая, редакционная, информационная, аудиторная; их характеристика. Функции и структура системы СМИ и характер их взаимодействия. Организация СМИ как организованность системы и как организационный процесс.

Инфраструктура СМИ. Отношения с прессой, радио- и телеведущими организациями. Пресс-службы ведомств и организаций. Синдикаты прессы и их будущее. Рекламные организации. Службы публичных отношений. «Независимые журналисты» (free lance) и внештатные сотрудники (stringer). Организационно-управленческая инфраструктура СМИ, ее институты, их нормотворческая, регулирующая и контрольная деятельность. Учебно-научная инфраструктура СМИ.

Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ. Основные типы универсальных по тематике изданий и телерадиопрограмм. Усиление тенденций к универсализации СМИ: позитивные и негативные аспекты. Структура специализированных изданий и телерадиопрограмм. СМИ, освещающие вопросы политики, экономики, культуры, техники и другие темы.

Функции как фактор дифференциации СМИ. Функциональная и типологическая структура СМИ: характер взаимозависимости. Актуализация функций СМИ и отражение этого процесса в их структуре. Влияние информационных функций на трансформацию структуры СМИ.

Аналитические функции и структура СМИ. Аналитические программы телевидения и радиовещания. Качественные газеты в структуре периодики. Аналитические журналы, тенденции их развития. Культурно-просветительские СМИ. Развитие структуры развлекательных СМИ. Организационные функции журналистики и их влияние на структуру СМИ.

Массовые публицистические издания и программы. Литературные, художественные, литературно-художественные, художественно-публицистические издания и программы. Научные, научно-практические, научно-технические, научно-производственные, научно-популярные, научно-методические и научно-образовательные СМИ. Технические, производственно-технические издания и программы. Производственные, торговые, рекламные и другие СМИ. Образовательные (учебные,

учебно-методические и другие издания и программы). Официально-документальные, инструктивные и другие СМИ.

Типология средств массовой информации. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ. Тип издания, телерадиопрограммы как разновидность, модель, характерная для определенной группы СМИ. Типоформирующие факторы СМИ: характер аудитории, характер передаваемой информации, целевое назначение издания, телерадиопрограммы, технологические, экономические, организационные и другие факторы.

Эволюция типологической модели СМИ в процессе реформирования общества. Особенности инструментальной модели СМИ и модели СМИ как «четвертой власти». Дифференциация структуры СМИ по характеру аудитории. Предметно-тематическая специализация изданий и программ.

Целевое назначение изданий и его влияние на типологическую структуру СМИ. Целевое назначение и концепция СМИ. Периодичность, объем, время выхода и другие типологические признаки изданий.

Газеты и журналы. Газета как тип издания. Еженедельник и ежедневная газета: общее и особенное. Основные тенденции развития современной газетной периодики. Общеполитические и специализированные газеты. Вечерние и утренние газеты. Журнал как тип издания. Типология журнальной периодики и характер развития типологической структуры в современных условиях. Журналы: общественно-политические, литературно-художественные; технические, производственные и др.

Телевидение как системный объект. Дифференциация телевидения: по способу трансляции (эфирное, спутниковое, кабельное, кассетное); по типу деятельности (программопроизводящее, вещательное); по характеру аудитории (общероссийское, межгосударственное, региональное, местное); по предметно-тематическому признаку (общие и специализированные, по тематике программы); по способу финансирования (бюджетное, государственно-капиталистическое, финансово-промышленными группами, отдельными компаниями, спонсирование и др.); по формам собственности (государственное, государственно-кооперативное, частное, смешанное, принадлежащее зарубежному капиталу).

Организация структуры телевидения: Международная ассоциация радио и телевидения (МАРТ), Ассоциация спутникового телевидения (АСТ). ТВ-фонд, межрегиональные телеассоциации Национальная ассоциация телекомпаний (НАТ), Российская ассоциация региональных телекомпаний (РАРТ), Независимая вещательная система (НВС), Сеть телевизионных станций (СТС) и др. Развитие общероссийского и регионального телевидения. Аудитория общероссийских и местных телеканалов. Перспективы развития многопрограммного телевидения.

Тема 7. Правовые и моральные нормы профессиональной деятельности журналиста

Журналист как профессиональный субъект массово-информационной деятельности. Соотношение понятий «свобода», «необходимость», «ответственность» (теория и практика) применительно к журналистской деятельности. Социальная позиция как система принципов деятельности органов информации и журналистов. Социальная, гражданская, юридическая, этическая ответственность журналиста. Журналистская деонтология.

Внешняя и внутренняя ответственность. Общественный долг и социальная позиция.

Гражданская ответственность. Сознательность выбора своей социальной позиции. Толерантность и честность по отношению к другим общественным силам и их представителям в сфере массовой информации. Охрана от деструктивных, унижающих и развращающих воздействий.

Социально-творческий аспект свободы журналистской деятельности. Свобода выбора журналистом своей социальной позиции. Свобода как «осознанная необходимость» или как «снятая» необходимость. Свобода и прогресс: деятельность «в пользу» и «против» исторической необходимости. Проблема социальной ответственности. Борьба различных концепций. Творческий потенциал журналиста и мера свободы деятельности.

Журналистская деонтология как система знаний о профессиональном долге и обеспечивающих его выполнении свойствах личности и формах поведения работников СМИ во всех областях их деятельности.

Юридическая ответственность журналиста. Права и обязанности журналиста. Злоупотребления свободой журналистской деятельности. Охрана чести, достоинства и деловой репутации журналиста. Судебные иски в практике журналистской деятельности. Авторское право. Ответственность за плагиат.

Этическая ответственность журналиста. Профессиональная и служебная этика. Этические кодексы как механизмы саморегуляции в журналистских сообществах. Журналистский этикет.

Журналистский корпус и профессиональные объединения. Внутригосударственные и международные организации журналистов. Общественные центры защиты журналистов в мире.

Тема 8. Аудитория СМИ: понятие, виды

Роль аудитории в процессе потребления и производства массовой информации. Основные характеристики аудитории современных российских СМИ. Основные методы изучения аудитории.

Территория (региона, страны, мира) как информационное пространство. Потенциальная и реальная аудитория. Деятельность СМИ различного типа и уровня в информационном пространстве. Оценка реального состояния. «Информационные поля» различных СМИ и «информационная среда» личности. Критерии «единства» информационного пространства на основе требований информационного обеспечения демократии через достижение информированности всех слоев аудитории. Зависимость меры выполнения от состояния системы СМИ.

Формы интерактивного общения с аудиторией. Коммуникативно-информационные связи с аудиторией. Использование медийных средств и новейших технологий при организации коммуникативно-информационных связей. Обеспечение общественного резонанса публикаций и передач.

Тема 9. Реклама в средствах массовой информации

Виды рекламы: увещательная, информативная, напоминающая. Регламентирование рекламной деятельности. Эмоциональные и рациональные мотивы в рекламе. Творческие подходы к созданию рекламного текста.

Составляющие эффективности рекламы в прессе: выбор печатных СМИ: газет и журналов (их тип, тираж, регион, распространение); количество публикаций, их размер и расположение (статья, модуль, классифайд); дизайн макета (строгий, веселый с юмором, ч/б, цветной и т.д.). Понятие рекламного модуля и рекламной статьи. Реклама в глянцевах журналах. Имиджевый характер рекламы. Специфика целевой аудитории и подачи рекламы. Особенности рекламы на радио и телевидении. Динамика роста радиорекламы.

Роль политической рекламы в создании имиджа политика. Политическая реклама как манипулятор общественным сознанием. Виды политической рекламы по форме, по предмету рекламы, по знаку формируемого отношения, по средствам воздействия, по содержанию. Методы и каналы распространения политической рекламы. Приемы манипулирования и методы искажения информации в политической рекламе.

Реклама и публик рилейшнз – взаимосвязанные компоненты интегрированных маркетинговых коммуникаций. Критерии сходства и различия: цели, субъекты деятельности, целевая аудитория, средства, результаты деятельности. Виды и средства рекламы как технологическая составляющая публик рилейшнз. Сферы применения рекламы в системе связей с общественностью. Публик рилейшнз как институт согласования интересов, паритетного управления, солидарного разрешения конфликтов. Применение рекламы: философия публик рилейшнз и идея гражданского консенсуса. Истоки противоречий во взаимодействии рекламы и публик рилейшнз.

Деятельностная концепция рекламы – основа классификации ее видов. Субъектный критерий: реклама индивидуальная, корпоративная, государственная. Предметный критерий: реклама

экономическая, политическая, социальная, реклама в сфере культуры, образования, досуга, спорта, медицины и т.д. Целевой критерий: реклама коммерческая и имиджевая. Объектный критерий: массовая и специализированная реклама. Знаковая система рекламных обращений: аудиореклама, вербальная и визуальная. Виды рекламы по ее носителям. Реклама в прессе, на радио, на телевидении, наружная реклама, почтовая, сувенирная и др. Характер распространения рекламы: опосредованная и прямая реклама. Модификация видов рекламы в современных условиях. Интернет-реклама как самостоятельный вид рекламы. Интерактивная реклама: тенденции развития.

Психологические воздействия в рекламе и проблема выбора. Концепция рекламы как формы психологических воздействий. Приемы психологического воздействия и манипулирования: Гипноз. Внушение. Подражание. Заражение. Убеждение. Эффектные приемы воздействия: Стереотип. Имидж. Механизм «ореола».

Тема 10. Содержание и объекты исследования журналистики

Подходы и концепции в изучении журналистики. Направления теоретического осмысления, развитие системы дисциплин, трансформация теории в условиях развития информационно-коммуникационных технологий. Теории прессы и модели медиасистем, сравнительный анализ медиасистем.

Исследования в парадигмах политической экономии, структурализма, семиотики, культивационного анализа, постмодернизма. Советская и российская теория журналистики. Политологическое исследование журналистики как особого социального института общества. Информационная сфера, информационные процессы, обеспечение и управление информационной деятельностью, журналистика и политическая власть.

История, теория и практика журналистики, ее формирование, развитие и современное состояние, творческий опыт, роль и функционирование в обществе, литературно-публицистические и информационные характеристики (формы, методы, жанры, стили, язык) взаимоотношения с аудиторией. Периодические издания (газеты, журналы и др.), радио- и тележурналистика, творчество публицистов и редакторов, журналистские тексты, творческая и организационная деятельность информационных агентств, паблик рилейшинз (связи с общественностью). Менеджмент и реклама, сетевая (компьютерная) журналистика, социологические, психологические, этические и правовые аспекты журналистского творчества, язык СМИ.

Научно-практический и теоретический способы освоения социально-политической, экономической и иной реальности с использованием профессиональных журналистских технологий, процесс обогащения и наращивания знаний специфически-журналистскими средствами, вся совокупность проявлений общественных явлений на уровне идеологии и психологии, отношений, институтов и процессов; в границах различных форм социального участия, поведения и деятельности граждан, их объединений.

Основные направления медиаисследований. Воздействие медианасилия. Воздействие сексуально откровенного медиасодержания. Страх и тревога, вызванные медиапродукцией. Воздействие новостей. Воздействие информационных кампаний. Воздействие рекламы. Воздействие политической пропаганды. Изображение в СМИ меньшинств и особенности его воздействия. Воздействие развлекательных медиа-произведений. Исследования влияния Интернета.

Тема 11. Области исследования журналистики

Теоретические вопросы общей и региональной журналистики: овладение научным мировоззрением и методами журналистской работы.

Наиболее существенная проблематика журналистики в области филологических наук: 1) информационно-публицистическая и редакторская деятельность журналистов; 2) методы журналистского творчества; 3) формирование жанров в журналистике и их развитие; 4) языковые особенности и стиль СМИ; д) лексико-грамматические особенности публицистического стиля; 5) журналистский текст, особенности его публицистического стиля, типологические и индивидуальные модификации, лингвистические и экстралингвистические аспекты.

Области исследования: 1) историко-журналистская область; 2) журналистско-теоретическая область; 3) журналистско-жанровая область; 4) журналистско-текстологическая область; 5) журналистско-стилистическая область.

Журналистика как особый социальный институт общества. Истоки журналистики и динамика ее исторического развития. Журналистика как информационный, культурологический и творческий феномен. Журналистика как объект правового регулирования. Информационные отношения – вид общественных отношений. Журналистика в системе массовой коммуникации. Журналистика и общественное мнение: принципы и формы взаимодействия.

Журналистика как система (формирование и функционирование), современное состояние. Особенности информационной парадигмы исследования. Социокультурные модели журналистики. Региональные системы СМИ.

Алгоритм создания аналитического текста: постановка проблемы, подбор фактуры, позиционирование, реставрация основного события, раскрытие смысла, моделирование вариантов развития основного события, рекомендации руководства. Общее и частное в алгоритмах создания служебных и журналистских аналитических текстов. Моделирование как метод анализа и прогнозирования информационных процессов. Событийный ряд информационного проекта. Информационное покрытие события.

Типология журналистики, формирование и функционирование различных типов изданий. Газеты, еженедельники, журналы, альманахи как основные виды периодических изданий. Телевидение в системе СМИ: формирование и современное состояние. Типология телевизионных программ. Радиовещание в системе СМИ: структурные, функциональные и творческие характеристики.

Проблемы свободы прессы и ее реализации. Характеристика средств, способов сбора, отбора, обработки, компоновки, передачи массовой информации. Информационное поле: понятие, субъекты и их диспозиция в информационном поле, распределение влияния. Информационные потоки: источники, субъекты формирования. Структурирование информационных потоков. Критерии эффективности массовой коммуникации.

Реклама в СМИ: история, теория и практика. Аудиовизуальные и вербальные средства рекламы. Виды, цели, задачи рекламы в средствах массовой информации. Особенности развития рекламы в средствах массовой информации регионов России. Взаимосвязь коммерческих интересов инвесторов и средства массовой информации. Паблик рилейшинз (связи с общественностью): коммуникационный и творческий аспекты. Редакционно-издательский менеджмент. Маркетинговые исследования журналистики. Зарубежный опыт организации хозяйственной деятельности средств массовой информации.

Информационно-публицистическая и редакторская деятельность журналистов. Методы журналистского творчества. Формирование жанров журналистики и их развитие. История журналистики: прожурналистские формы. Зарождение, формирование и развитие журналистики стран Европы, Америки, Азии, Африки. Концепции журналистики в условиях различных общественно-экономических формаций. Организация и деятельность издательских корпораций. Выдающиеся зарубежные публицисты. Зарубежные теории журналистики.

Возникновение и развитие журналистики в России. Формирование системы и отдельных типов изданий российской журналистики. Развитие правительственной, партийной и независимой прессы в России, провинциальная (местная) печать. История новейшей отечественной журналистики. Выдающиеся журналисты и редакторы российской журналистики.

Языковые особенности и стиль СМИ. Лексико-грамматические особенности публицистического стиля. Журналистский текст, его особенности, законы построения, типологические и индивидуальные модификации, лингвистические и экстралингвистические аспекты.

Новейшие СМИ: видеокоммуникации, кабельное и спутниковое телевидение, сетевая (компьютерная) журналистика. Реализация образовательных, эвристических, культурно-рекреативных функций новейших СМИ. Международное регулирование в сфере новейших СМИ.

Методы исследования журналистики и журналистского творчества. Журналистские исследования сферы гражданского общества. Информационная защита конституционных ценностей государства, национальных интересов страны и ее союзников, противодействие этнической,

конфессиональной и расовой дискриминации, поддержка приоритетности прав человека и гражданина.

Определение понятия «информационные процессы» с точки зрения синтеза информатиологии, психологии, социологии, медиологии. Соотношение понятий «информационные процессы» и «информационная деятельность». Виды информации с точки зрения психологии восприятия. Психологические особенности восприятия различной информации. Правовые и моральные нормы профессиональной деятельности журналиста. Нравственные принципы и нормы, понятие профессиональной этики. Этика профессиональная и служебная. Проблемы формирования ответственности журналиста. Социология и психология массовых информационных процессов. Место и роль социологических исследований в системе информационной политики. Измерительные шкалы: их виды и возможности. Сплошное и выборочное социологическое исследование. Анализ и интерпретация материалов социологического исследования.

Особенности мотивационного профиля современного российского журналиста. Экономические, идеологические, экзистенциальные факторы в структуре профессиональной мотивации журналиста. Типы журналистских профессиональных идеологий: взаимосвязь личностных качеств и идеологических представлений журналиста. Журналист и государственная служба: позитивные и негативные стороны взаимодействия.

Политологическое исследование журналистики как особого социального института общества. Объекты исследований: информационная сфера, информационные процессы, обеспечение и управление информационной деятельностью, журналистика и политическая власть.

Области исследований:

Журналистика в системе информационной политики. Журналистская деятельность в системе информационно-политических отношений в обществе. Особенности информационной парадигмы исследования. Единство и специфика применения классической, неклассической и постнеклассической методологии в журналистике. Новая журналистика XXI века, новые методы исследования, анализа и прогноза массовых информационных процессов. Понятие «информационная сфера (инфосфера)». Структура, уровни, связи основных компонентов инфосферы, закономерности ее функционирования. Понятие «информационное поле», структура, уровни, свойства информационного пространства. Технологии, методы, практические меры и перспективы формирования информационного пространства России. Основные субъекты информационного общества.

Содержание категории «информационная политика»: сущность, роль, цели. Научные принципы и методы формирования государственной информационной политики. Принципы управления информационными проектами. Проблемы государственной информационной политики на современном этапе. Принцип свободы печати. Механизмы государственного вмешательства в информационную деятельность для артикуляции общегосударственных интересов. Четыре теории прессы. Государственная информационная политика как инструмент национальной безопасности: опыт ведущих мировых держав.

Теоретико-методологические основы функционирования информационной сферы общества. Информационное общество и информационная эпоха: основные характеристики и тенденции развития, роль информационной политики. Сущность свободы в политике и журналистике. Политическая власть и «власть СМИ»: модели сотрудничества. Характеристика современной демократической теории прессы. Особенности информационной цивилизации и информационной парадигмы. Роль средств массовой информации и массовой коммуникации в формировании различных видов общественного сознания. Информационное обеспечение социальной активности гражданского общества. Соотношение: общественный закон – общественное сознание – информационная политика. Информационно-психологические войны в мире и акценты в деятельности СМИ. Влияние средств массовой коммуникации на психическое здоровье общества.

Политическая сфера общества и управление информационными процессами. Роль СМИ в формировании процессов политической интеграции и дезинтеграции в России. Национальные СМИ о проявлениях этноцентризма, ксенофобии в российском обществе. Единство и специфика политических и информационных процессов. Глобализация мирового информационного пространства.

Особенности структурирования информационной сферы. Политико-психологические принципы структурирования информационного пространства социальной системы. Политическая и

информационная деятельность: общее и особенное. Политико-правовые и социально-психологические аспекты проблемы властных отношений в информационной сфере. Содержание понятия «информационные процессы». Информационные ресурсы: сущность, структура. Информационные ресурсы России: способы, пути и варианты использования для вхождения в постиндустриальную цивилизацию. Информационный маркетинг.

Критерии информационной безопасности индивида и государства. Понятие информационной агрессии. Специфика информационного противоборства. Определение, функции, цели, методы информационных войн. Особенности информационных войн конца XX века. СМИ как инструмент и поле информационного противоборства. Характеристика деятельности российских СМИ в контексте информационной экспансии. Манипулятивная функция СМИ: природа, целевые установки, методы реализации.

Правовое обеспечение и управление информационной деятельностью. Понятие информационного права: объекты информационного права. Методы правового регулирования в информационной сфере. Основные права и свободы в информационном праве. Структура информационного законодательства. Правовые аспекты доктрины информационной безопасности Российской Федерации. Характеристика основных законов и подзаконных актов, регулирующих деятельность СМИ. Основные конституционные положения информационного права стран развитых демократий. Разделение полномочий в информационной сфере между центральным и региональными правительствами. Принципы и нормы взаимодействия органов госслужбы с институтами гражданского общества и средствами массовой информации. Властные взаимодействия органов госслужбы и средств массовой информации.

Массовые коммуникации в информационном обществе. Определение массовой коммуникации как процесса взаимодействия субъектов на основе обмена информацией. Массовая коммуникация как система средств связи. Массовая коммуникация и обратная связь. Пресс-служба органа государственной власти как составная часть ПР-структуры. Особенности взаимодействия со средствами массовой информации в ситуации кризиса. Особенности мотивационного профиля современного российского журналиста. Экономические, идеологические, экзистенциальные факторы в структуре профессиональной мотивации журналиста. Типы журналистских профессиональных идеологий: взаимосвязь личностных качеств и идеологических представлений журналиста. Журналист и государственная служба: позитивные и негативные стороны взаимодействия.

Сферы государственной политики политического спектра гражданского общества: политических партий, движений, клубов, групп и ассоциаций по политическим интересам, политического лоббизма в различных сферах власти; исследования в области политической рекламы и связей с общественностью; журналистские исследования в области использования политических технологий. Исследование геополитических (глобальных, региональных, национально-государственных) явлений и процессов. Анализ функциональной эффективности различных ветвей власти (законодательной, исполнительной, судебной), политических режимов (демократических, авторитарных, тоталитарных), различных способов, форм и принципов государственного и политического управления. Проявления в журналистике политического популизма, политического экстремизма, настроений, ожиданий и впечатлений, проявлений политического общественного мнения и настроения. Эффективность и результативность влияния журналистов и СМИ различной идеологической ориентации на политическое и электоральное поведение населения, степень его политической активности. Журналистское исследование межгосударственных, региональных и внутригосударственных политических и военных конфликтов, иных политических чрезвычайных ситуаций.

Тема 12. Зарубежные теории журналистики

Структурно-функциональный подход к анализу СМИ. СМИ как средство интеграции и стабилизации социальной системы (Т. Парсонс). «Массовые коммуникации, массовые вкусы и организованное социальное действие»: П. Лазарсфельд, Р. Мертон. Социальная коммуникация в контексте неофункционализма (Н. Луман). Модель структурной взаимозависимости между СМИ,

аудиторией и социальной системой С. Болл-Рокича и М. ДеФлюера. Современные классификации функций и дисфункций СМИ. Критика структурного функционализма.

Критическая традиция анализа массовых коммуникаций. СМИ как инструмент социального господства и принуждения. Роль СМИ в формировании «культуриндустрии» и «одномерного человека» (М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Г. Маркузе). Концепция гегемонии А. Грамши. СМИ и символическое конструирование идеологии (Дж. Томпсон). СМИ как источник мифологизации и форма контроля сознания (Г. Шиллер). Дж. Гербнер и Анненбергская школа коммуникаций: культивационный анализ телевидения. «Развлекая себя до смерти»: Н. Постман о деструктивном влиянии телевидения. Ограничения критической теории.

«Официальная» история исследований медиавоздействия. Пионеры научных исследований медиавоздействия (К. Ховленд, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэлл, К. Левин, С. Стауффер, Д. Уэлпс). Развитие исследований медиавоздействия: У. Шрамм, Б. Берельсон, Д. Клаппер. Спорные моменты «официальной» истории. Современные исследования и дальнейшие перспективы.

Социально-психологические теории эффектов СМИ. Теории «волшебной пули»: бихевиористский подход в исследованиях воздействия СМИ на аудиторию. Модель массовых коммуникаций Г. Лассуэлла, ее критика и дальнейшая разработка. «Общественное мнение» У. Липпманна: роль СМИ в процессе стереотипизации реальности. Теории селективного влияния СМИ. Избирательность аудитории в использовании СМИ для удовлетворения своих потребностей (Г. Комсток). Модель двухступенчатого потока массовой коммуникации Е. Каца и П. Лазарсфельда. Когнитивные теории эффектов СМИ. Специфика исследований СМИ в русле когнитивной психологии. Модель «agenda setting» – анализ функций масс-медиа в процессе установления повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу, Г. Цукер, Ш. Йенгар, Д. Киндер). Практическая значимость исследований эффектов СМИ.

Основные модели объяснения медиа-эффектов. Эффект прайминга. Активация прайминга. Концептуальные истоки изучения феномена прайминга. Традиции исследования прайминга. Факторы, усиливающие эффект прайминга (оценка ситуации, оправданность насилия, отождествление с персонажами, реальность событий, воспоминания о пережитом). Теории, объясняющие эффект прайминга (модель корзины, модель аккумуляторной батареи, синаптическая модель). Гипотеза культивации. Проект культурных индикаторов Дж. Гербнера (культивационный анализ, анализ процесса институализации, анализ системы сообщений). Теоретические основания гипотезы культивации. Методы и результаты исследования эффекта культивации. Диффузия инноваций посредством масс-медиа. Понятие диффузии инноваций. Категории принимающих инновации (новаторы, ранние последователи, раннее большинство, позднее большинство, отстающие). Этапы процесса диффузии инноваций и роль СМИ в этом процессе. Диффузия новостей. Теории использования СМИ для удовлетворения потребностей. Модели, объясняющие использование СМИ и его последствия (транзактная модель, модель поиска удовлетворения и активности аудитории, модель ожидания – оценки, модель использования и зависимости). Постулаты теории использования и удовлетворения. Современные исследования и критика теории использования и удовлетворения.

Конструкционистский подход к анализу массовых коммуникаций. СМИ как средство конструирования социальных проблем в концепции «публичных арен» С. Хилгартнера и Ч.Л. Боска. Методология риторической деконструкции дискурса СМИ Д. Китсьюза и П. Ибарры. Роль СМИ в формировании общественного мнения: конструктивистская модель Ж-П. Пажеса. Концепция «спирали умолчания» Э. Ноэль-Нойман. Интерпретативная функция медиа-дискурсов (У. Гемсон). СМИ как создатели художественных миров (Г. Почепцов). Ограничения и возможности интерпретативного анализа массовых коммуникаций.

Массовые коммуникации в контексте структурализма. Марксистский структурализм: СМИ в концепции идеологии Л. Альтюссера. Производство культуры и место СМИ в социокультурном цикле: «Социодинамика культуры» А. Моля. Семиологический анализ СМИ. Модель кодирования/декодирования массовой информации С. Холла. Дискурсивная модель Дж. Фиске. Семиологический анализ кодов телевидения. Критика структурализма.

Массовые коммуникации в постмодернистской перспективе. Постмодернизм как тип мышления и культуры: характерные черты. Проявления постмодернизма в сфере деятельности СМИ. Технологический детерминизм Г.М. Маклюена: периодизация истории по типу доминирующих

средств связи. «Глобальная деревня». «Без ощущения места. Влияние электронных СМИ на социальное поведение»: ситуационный подход Дж. Мейровитца. Концепция «гиперреальности» и «имплозии социального» Ж. Бодрийяра. «Массы» и масс-медиа. Критика постмодернизма.

Нормативные теории СМИ. Проблема взаимодействия СМИ и государства. «Четыре теории прессы» (Ф. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон). Авторитарная теория прессы: СМИ – инструмент обеспечения власти монарха. Либертарианская теория прессы: СМИ свободны и независимы от государства. Теория социальной ответственности прессы: СМИ должны служить интересам общества. Советская коммунистическая теория прессы: СМИ – проводник идеологии советского государства и коммунистической партии. Нормативная модель массовой коммуникации Д. МакКуэйла. Проблема реализации нормативных принципов деятельности СМИ на практике.

Концепции информационного общества. Специфика футурологических концепций общества. Понятие «медиакратии». Значение информации и коммуникации в постиндустриальном обществе (Д. Белла). СМИ как транслятор «мозаичной культуры» и «чувственного искусства» (Г. Кан). Доктрина «технотронного общества» З. Бжезинского. Теория «третьей волны» О. Тоффлера. Теория «информационального общества» М. Кастеллса. Виртуальная культура в сетевом социуме. Роль СМИ в социокультурных процессах глобализации и идентификации. Синергетический подход к анализу процессов массовой коммуникации.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

По дисциплине для формирования соответствующих компетенций при реализации различных видов учебной работы используются следующие образовательные технологии:

1. Традиционные:

- лекции;
- семинары: беседа по вопросам домашнего задания, обсуждение докладов;
- зачет.

2. Активные:

- диалоговые лекции;
- семинар-диалог;
- презентации на основе современных мультимедийных средств;
- текущее компьютерное тестирование.

3. Интерактивные:

- семинар-дискуссия;
- работа в малых исследовательских группах.

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в ходе проведения занятий согласно тематическому плану предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных СМИ, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

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

6.1. Оценочные средства для текущего контроля и промежуточной аттестации

Текущий контроль успеваемости имеет целью оценить систематичность учебной работы аспиранта и включает в себя ряд контрольных мероприятий, реализуемых в рамках аудиторной и/или самостоятельной работы и нацеленных на проверку освоения отдельных элементов компетенций, формируемых во время обучения по дисциплине. Текущий контроль по дисциплине включает следующие формы:

- устный опрос на семинарских занятиях, проводимых по традиционной технологии;
- компьютерное или письменное тестирование;
- доклад, сообщение на семинаре с последующим его обсуждением;
- выступление на практическом занятии с презентацией конкретного вопроса и др.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости:

- тестовые задания;
- оценки за участие в семинарском занятии, деловой игре, дискуссии (доклад, сообщение, выступление, участие в дискуссии), по результатам тестирования;

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Промежуточная аттестация по дисциплине включает следующие формы:

- компьютерное или письменное тестирование;
- зачет.

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины:

- вопросы для зачета (хранятся на кафедре);

- тестовые задания (хранятся на кафедре).

Критерии оценки

1. Оценка **«зачтено»** выставляется, если он при ответе на вопросы зачета:

- показал знания системы представлений о теории журналистики; о специфике основных принципах формирования системы средств массовой информации, главных, отличительных чертах различных средств массовой информации, основных требованиях, предъявляемые к информации СМИ;
- овладел соответствующими общекультурными и профессиональными компетенциями;
- расширил представления о сущности и специфике журналистской профессии как социальной, информационной, творческой; смысле свободы и социальной ответственности журналистики и журналиста;
- систематизировал представления о социальной природе журналистики, комплексе социальных функций СМИ; социальной роли и общественной миссии журналистики и журналиста в демократическом обществе;
- углубил представления о системе профессиональных обязанностей журналиста и характере их влияния на данную систему;
- изучил понятийный аппарат и соответствующую терминологию;
- способен к формированию журналистского мышления, личности будущего журналиста;
- способен к пониманию значения журналистики, ее опыта и уроков;
- способен логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- владеет навыком профессиональной саморефлексии, социальной и профессиональной адаптации, социальной и профессиональной мобильности;
- владеет умением использовать полученные знания в связи с профессиональной деятельностью.

2. Оценка **«не зачтено»** выставляется, если он при ответе на вопросы зачета:

- не показал удовлетворительные знания системы представлений о теории журналистики; о специфике основных принципах формирования системы средств массовой информации, главных, отличительных чертах различных средств массовой информации, основных требованиях, предъявляемые к информации СМИ;
- недостаточно овладел соответствующими общекультурными и профессиональными компетенциями;
- недостаточно расширил представления о сущности и специфике журналистской профессии как социальной, информационной, творческой; смысле свободы и социальной ответственности журналистики и журналиста;
- недостаточно систематизировал представления о социальной природе журналистики, комплексе социальных функций СМИ; социальной роли и общественной миссии журналистики и журналиста в демократическом обществе;
- недостаточно углубил представления о системе профессиональных обязанностей журналиста и характере их влияния на данную систему;
- недостаточно изучил понятийный аппарат и соответствующую терминологию;
- в недостаточной мере способен к формированию журналистского мышления, личности будущего журналиста;
- в недостаточной мере способен к пониманию значения журналистики, ее опыта и уроков;
- в недостаточной мере способен логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- не владеет навыком профессиональной саморефлексии, социальной и профессиональной адаптации, социальной и профессиональной мобильности;
- недостаточно владеет умением использовать полученные знания в связи с профессиональной деятельностью.

ВОПРОСЫ

для подготовки к зачету по дисциплине

1. Характеристика системы основных понятий теории журналистики. Предмет изучения теории журналистики.
2. Понятие «массовая информация» в структуре системы категорий.
3. Журналистика как массово-информационная деятельность.
4. Массовая аудитория и ее характеристики.
5. Семантический аспект массово-информационной деятельности.
6. Прагматический аспект массово-информационной деятельности.
7. Основные функции журналистики, их классификация.
8. Функциональный подход к журналистской деятельности. Функциональные особенности журналистики.
9. Коммуникативная функция в деятельности журналистики.
10. Место и роль журналистики в формировании компонентов массового сознания.
11. Информационный порядок в демократическом обществе. СМИ как инструмент демократии.
12. Государственная политика в области СМИ. Обеспечение информационной безопасности.
13. Понятие свободы печати и журналистской деятельности. Характеристика концепций свободы.
14. Юридический и экономические аспекты свободы журналистики. Современное российское законодательство в сфере СМИ.
15. Понятия «свобода», «необходимость», «ответственность» в журналистской практике. Общественный долг и социальная позиция журналиста.
16. Гражданская ответственность журналиста. Социально-творческий аспект свободы журналистской деятельности.
17. Журналистская деонтология как система знаний о профессиональном долге. Этическая ответственность журналиста.
18. Права и обязанности журналиста. Юридическая ответственность журналиста.
19. Творческая деятельность как способ реализации функций СМИ.
20. Виды творческой деятельности в журналистике. Профессиональные роли журналиста.
21. Принципы формирования организационной, функционально-должностной структуры редакции.
22. Информационная политика – содержательная основа творчества.
23. Редакция как творческий коллектив. Номер (программа) как результат коллективного творчества.
24. Типы и методологические основы творчества в журналистике.
25. Журналистское произведение: содержание и форма. Создание текста и включение его в структуру номера (программы).
26. Массовая информация: сущность и структура. Массовая информация в социальном процессе.
27. Журналистика и массовое сознание. СМИ и общественное мнение.
28. СМИ и социальные институты. Социальная позиция в журналистике.
29. Принципы журналистской деятельности.
30. Проблема свободы печати и журналистской деятельности.
31. Журналистика как социальный институт демократического общества. СМИ как инструмент политики и «четвертая власть» в государстве.
32. Государственная политика в области СМИ. Пути формирования единого информационного пространства в Российской Федерации.
33. Средства массовой информации как системный объект. Типология СМИ. Влияние аудиторного фактора на систему СМИ. Дифференциация СМИ по формам собственности.
34. Структура и инфраструктура СМИ.
35. Информационный рынок как фактор трансформации системы СМИ.
36. Печать как средство массовой информации. Газета и еженедельник как тип издания.
37. Теле- и радиовещание как средство массовой информации.
38. Процессы концентрации и монополизации в системе СМИ.
39. Виды результативности (действенность и эффективность СМИ).
40. Журналистский корпус страны, профессиональные объединения и их деятельность.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ
для текущего контроля успеваемости
(находятся на кафедре)

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ
для промежуточной аттестации по дисциплине
(находятся на кафедре)

6.2. Организация и учебно-методическое обеспечения самостоятельной работы

Организация самостоятельной работы студентов:

Изучение дисциплины включает следующие виды внеаудиторной самостоятельной работы студентов:

- изучение материала лекций, подготовка к лекциям и семинарам;
- чтение журналистских материалов;
- конспектирование источников и учебной литературы, подготовка сообщений и докладов для практических занятий;
- подготовка к письменным контрольным работам;
- выполнение заданий с использованием компьютера и сети интернет;
- подготовка компьютерных презентаций.
- подготовка к зачету.

Формы самостоятельной работы студентов по дисциплине:

- работа с конспектом лекций;
- работа с рекомендованными источниками;
- использование компьютера и сети.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Рабочая программа дисциплины

Задания для самостоятельной работы по темам после лекций

Планы семинарских, практических занятий

Тестовые задания по дисциплине

Основная и дополнительная литература

**6. УЧЕБНОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ
ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Конституция РФ.
2. Закон РФ «О СМИ».
3. Декларация международной федерации журналистов о принципах поведения журналиста.
4. Международные принципы журналистской этики.
5. Кодекс профессиональной этики журналиста.
6. Кодекс профессиональной этики российского журналиста.
7. Хартия телерадиовещателей.
8. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М., 1991.
9. Аристотель. Собр. соч.: в 4 т. Т. 4. М.: Наука. 1984.
10. Багиров Э. Очерки теории ТВ. М., 1978.
11. *Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. М.: Аспект Пресс, 2005. –

- 176 с.
12. Балацкий Е.В. «Теоретические пузыри» на рынке научных исследований // Общество и экономика. 2009. № 4–5. С. 124–140.
 13. Березина В.Г. Этика и культура научной работы. СПб., 1999.
 14. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: Изд. РИП-холдинг, 2003.
 15. Буданов В.Г. О методологии синергетики // Вопросы философии. 2006. № 5. С. 53–69.
 16. *Бусленко Н.И. Правовые основы журналистики: Словарь-справочник. Ростов-н/Д: Феникс, 2006. – 253 с.
 17. Бэкон Ф. Новый органон (афоризмы об истолковании природы и царстве человека) // Сочинения: в 2 т. Т. 2. М.: Мысль, 1977.
 18. Вебер М. Наука как призвание и профессия // Избранные произведения / Пер. с нем. М.: Прогресс, 1990. С. 707–735.
 19. Вернадский В.И. Избранные труды по истории науки. М.: Наука, 1981.
 20. Воронов Ю.П. Границы успеха // ЭКО КО. 2010. № 1. С. 135–158.
 21. *Ворошилов В.В. Журналистика. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 1999. – 304 с.
 22. Гадамер Х.-Г. Истина и метод: основы философской герменевтики / Пер. с нем. М.: Прогресс, 1988.
 23. Гецов Г.Г. Как читать книги, журналы, газеты. М., 1998.
 24. Глинский Б.А. и др. Моделирование как метод научного исследования. М., 1965.
 25. Горохов В.М. Основы журналистского мастерства. М., 1988.
 26. Готлиб А.С. Введение в социологическое исследование: качественные и количественные подходы. Методология и исследовательская практика. Самара, 2002.
 27. *Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. М.: РИП-холдинг, 2004. – 274 с.
 28. *Давтян С.Л. Правовые основы функционирования редакции. М.: Аспект Пресс, 2002. – 160 с.
 29. Дзялошинский И. Российский журналист в посттоталитарную эпоху М., 1996.
 30. Есин Б.И. История русской журналистики XIX в. М.: Аспект Пресс и изд-во МГУ, 2009.
 31. *Журналистика в контексте культуры и массовых информационных процессов. М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2004. – 151 с.
 32. Журналистика русского зарубежья XIX–XX веков / Под ред. Г.В. Жиркова. СПб.: С-Петербург. ун-т, 2003.
 33. *Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика 1990–2007. М.: Издательство Московского университета, 2007. – 560 с.
 34. *Информационная политика / Под общ. ред. В.Д. Попова. М.: Издательство РГАС, 2003. – 463 с.
 35. История мировой журналистики / А.Г. Беспалов и др. М.; Ростов-н/Д.: МарТ, 2003.
 36. *Ким М.Н. Основы теории журналистики. СПб.: Питер, 2013. – 288 с.
 37. Князева Е.Н. Синергетическая конструкция мира // Синергетика: будущее мира и России. М.: ЛКИ /URSS, 2008. – С. 42–56.
 38. Ковалевский М.М. Сочинения: в 2 т. Т. I. Социология. СПб.: Алетейя, 1997.
 39. Кодекс профессиональной этики российского журналиста // Профессиональная этика журналиста: Документы и справочные материалы / Сост. Ю.В. Казаков. – М.: Галерея, 2002. – 472 с.
 40. Койре А. Очерки истории философской мысли / Пер. с фр. М.: Прогресс, 1985.
 41. Конт О. Курс позитивной философии // Антология мировой философии. М.: Наука, 1971. Т. 3. С. 553–556.
 42. *Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М.: Аспект пресс, 2001. – 287 с.
 43. **Корконосенко С.Г. Теория журналистики. Моделирование и применение. М.: Логос, 2013. – 248 с. // Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9110>
 44. Кузин Ф.А. Диссертация: Методика написания. Правила оформления. Порядок защиты. – М.: Ось-89, 2001.
 45. Кузнецов И.В. История отечественной журналистики (1917–2000). Уч. пос. М.: Флинта; Наука, 2002.
 46. Кузнецов И.В. История отечественной журналистики (1917–2000). Хрестоматия. М.: Флинта; Наука, 2002.

47. Кун Т. Структура научных революций / Пер. с англ. М.: АСТ, 2002.
48. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000.
49. Лазутина Г.М. Технология и методика журналистского творчества. М., 1988.
50. Лакатос И. Фальсификация и методология научно-исследовательских программ // Кун Т. Структура научных революций / Пер. с англ. М.: АСТ, 2002.
51. Лудченко А.А., Лудченко Я.А., Примак Т.А. Основы научных исследований: учебное пособие / Под ред. А.А. Лудченко. Киев: О-во «Знания», КОО КОО, 2001.
52. Матурана У., Варела Ф. Древо познания. Биологические формы человеческого понимания. М.: Прогресс-Традиция, 2002.
53. Махонина С.Я. История русской журналистики начала XX в. М.: Флинта, 2009.
54. Менгер К. Избранные работы. М.: ИД «Территория будущего», 2005.
55. Методика изучения периодической печати. М, 1977.
56. Методологические проблемы изучения телевидения и радиовещания / Под ред. Э. Багирова. М., 1981.
57. Методы журналистского творчества. М., 1983.
58. Методы исследования журналистики / Сборник статей. Ростов-н/Д., 1974, 1979, 1981, 1984, 1987.
59. Муратов С. ТВ – эволюция нетерпимости. М.: 1996.
60. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. Методология анализа и практика исследования. М., 2003.
61. Овсепян Р.В. История новейшей отечественной журналистики. М.: МГУ, 1999.
62. Основные понятия теории журналистики. М., 1993.
63. Основы творческой деятельности журналиста / Под. ред. С.Г. Корконосенко. СПб., 2000.
64. Поппер К. Логика научного исследования / Пер. с англ. М.: Республика, 2004.
65. Поппер К. Открытое общество и его враги. В 2 т. / Пер. с англ. Т. 2. М.: Феникс, 1992.
66. Правовые и этические нормы в журналистике / Сост. Е.П. Прохоров. М.: Аспект Пресс, 2012. – 255 с.
67. *Правовые и этические нормы в журналистике / Сост. Е.П. Прохоров, Г.М. Пшеничный, В.М. Хруль. М.: Аспект Пресс, 2004. – 222 с.
68. Пригожин П., Стенгерс И. Порядок из хаоса: новый диалог человека с природой / Пер. с англ. М.: Прогресс, 1986.
69. **Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011. – 351 с. // Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8850>
70. *Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.: МГУ, 2005. – 367 с.
71. *Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. М.: Аспект Пресс, 2004. – 352 с.
72. Прохоров Е.П. Исследуя журналистику. М: РИП-холдинг, 2005.
73. Риккерт Г. Науки о природе и науки о культуре / Пер. с нем. М.: Республика, 1998.
74. Рузавин Г.И. Методология научного исследования: учебное пособие для вузов. М.: Юнити-Дана, 1999.
75. Семенов В.Е. Метод изучения документов в социально-психологических исследованиях. М., 1983.
76. Система средств массовой информации России / Под редакцией Я.Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2003.
77. Социология журналистики. М., 1981.
78. Станько А.И. Становление теоретических знаний о периодической печати в России (XVIII в. – 60-е гг. XIX в.). Ростов-н/Д., 1986.
79. Татарина Л.Е. Русская литература и журналистика XVIII в. М.: Проспект, 2010.
80. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика. М., 1997.
81. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М., 2001.
82. Хайек Ф. Контрреволюция науки (этюды о злоупотреблениях разума) // URL: <http://www.libertarium.ru/contrev>
83. Чаянов А.В. Избранные произведения: сборник. М.: Московский рабочий, 1989.
84. Шостак М.И. Журналист и его произведение. М., 1997.

85. Шумилина Т.В. Методы сбора информации в журналистике. М., 1983.
86. Юдин Э. Методология науки. Системность. Деятельность. М.: Эдиториал, УРСС, 1997.
87. Юровский А. Телевидение – поиски и решения. М., 1983.

Лицензионное программное обеспечение: операционная система Windows, серверное программное обеспечение Microsoft, сетевое средство защиты информации, библиотечная система Ирбис, средство управления базами данных MicrosoftSQL, MicrosoftOffice, 1С Bitrix Управление сайтом, 1С Университет, система распознавания текста FineReader, программный комплекс Альтасофт, графический редактор Photoshop.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

Официальный Интернет-портал правовой информации «Законодательство России».

Электронная библиотечная система IPRbooks.

Электронный вариант рабочей программы дисциплины.

Компьютерные презентации по темам учебных занятий.

Интернет-ресурсы:

1. Библиотека Гумер – гуманитарные науки // <http://www.gumer.info>
2. Библиотека EvArtist // <http://evartist.narod.ru/journ.htm>
3. Культура письменной речи. Библиотека // <http://www.grammar.ru>
4. Межотраслевая электронная библиотека РУКОНТ // <http://rucont.ru>
5. Научная электронная библиотека Elibrary.ru // <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
6. Независимый центр тестирования качества обучения // <http://www.ast-centre.ru>
7. Портал образовательных ресурсов МГИ им. Е.Р. Дашковой // <http://www.edu.dashkova.ru>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ТЕОРИИ ЖУРНАЛИСТИКИ»

1. Специализированный кабинет «Студия журналистики» (ауд. 212), оснащенный следующим мультимедийным оборудованием:

- компьютер (ноутбук),
- мультимедиапроектор,
- экран.

2. Библиотека института с техническими возможностями перевода основных библиотечных фондов в электронную форму.

3. Компьютерные классы (ауд. 217, 219, 223) для работы со библиотечно-справочными системами и выходом в Интернет.

4. Читальный зал библиотеки.

5. Наглядные пособия (схемы, таблицы).

