

2022

Е.С. Дорощук

Теория массмедиа

Практикум

Учебное пособие

Казань



КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Е.С. ДОРОЩУК

ТЕОРИЯ МАССМЕДИА

ПРАКТИКУМ

Учебное пособие

КАЗАНЬ

2022

УДК 070(075.8)

ББК 76.01я73

Д69

Рецензенты:

доктор филологических наук, профессор **В.З. Гарифуллин;**
кандидат филологических наук, доцент,
редактор ГТРК «Татарстан» **М.Х. Байрактар**

Дорошук Е.С.

- Д69 Теория массмедиа: практикум** [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.С. Дорошук. – Электронные текстовые данные (1 файл: 0,91 МБ). – 2-е изд., испр. и перераб. – Казань: Издательство Казанского университета, 2022. – 118 с. – Системные требования: Adobe Acrobat Reader. – URL: [URL:.](#) – Режим доступа: электронный архив Научной библиотеки им. Н.И. Лобачевского КФУ. – Загл. с титул. экрана.

Пособие предназначено для студентов отделений и факультетов журналистики высших учебных заведений, обучающихся по направлению 42.03.02 «Журналистика» (уровень бакалавриата). В нем содержится учебно-методический комплекс, обеспечивающий практическую подготовку студентов по дисциплине «Теория массмедиа».

Пособие также будет интересно преподавателям и аспирантам, молодым исследователям, занимающимся изучением проблем массмедиа и журналистики.

УДК 070(075.8)

ББК 76.01я73

© Дорошук Е.С., 2022

© Издательство Казанского университета, 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Введение..... | 4 |
| Раздел 1. Методика подготовки и проведения практических занятий по курсу «Теория массмедиа»..... | 9 |
| Раздел 2. Программа практикума..... | 17 |
| Тема1. Введение в основы теории массмедиа..... | 17 |
| Тема 2. Массово-информационная деятельность журналистики в контексте теории информации..... | 26 |
| Тема 3. Массмедиа и политика..... | 33 |
| Тема 4. Социальная позиция журналиста..... | 43 |
| Тема 5. Свобода журналистской деятельности..... | 46 |
| Тема 6. Журналистика как система средств массовой информации..... | 49 |
| Тема 7. Массово-коммуникационные средства журналистики.... | 52 |
| Тема 8. Особенности и виды журналистской деятельности..... | 55 |
| Раздел 3. Сборник лабораторных работ по курсу «Теория массмедиа»..... | 60 |
| Раздел 4. Задания для самостоятельной работы..... | 95 |
| 4.1. Реферативное исследование..... | 95 |
| 4.2. Информационное проектирование: медиапроекты..... | 104 |
| Литература..... | 111 |

ВВЕДЕНИЕ

Курс «Теория массмедиа» занимает важное место в практической подготовке будущих журналистов. Он читается в самом начале обучения профессии и представляет собой своеобразный синтез теоретических и практических форматов освоения приемов профессиональной деятельности.

Прослушав этот курс, обучающиеся приобретают знания, которые помогут сформировать компетенции, необходимые для профессиональной журналистской деятельности, они помогут в дальнейшем совершенствовать профессиональное мастерство и успешно продвигаться по карьерной лестнице.

Основная **цель курса** – формирование представления об особенностях и закономерностях журналистской деятельности, которые включают особенности массовой информационной деятельности в журналистике, системный характер ее функционирования в социальной среде, правовые и этические аспекты свободы журналистики, основы творческой деятельности журналиста в современных условиях развивающегося глобального мирового информационного пространства.

В результате изучения курса вы получите ответы на вопросы:

- что такое журналистика, и какое место она занимает в современной социальной системе?
- почему журналисты всегда находятся на передовых информационных рубежах?
- как меняется журналистика со временем, под влиянием чего, каких факторов это происходит?
- как влияют перемены в обществе в целом на изменения или модификацию статуса журналиста?
- каков основной результат журналистской деятельности?

Вы научитесь формулировать вопросы, касающиеся вашего места в профессии, вы определите для себя, какие из профессиональных стандартов носят общезначимый характер, а какие вырабатываются

в результате вашей практики в средствах массовой информации. Вы научитесь определять главное в процессе сбора, создания, распространения и хранения массовой информации, воздействия на массовое сознание и формирования общественного мнения.

Чтобы достичь этих целей, необходимо решить ряд задач:

- сформировать компетенции, необходимые будущему журналисту как специалисту в области информационной деятельности в современных условиях;
- дать многоаспектную характеристику журналистики как области массово-информационной деятельности, системы средств массовой информации, социального института;
- рассмотреть закономерности существования журналистики на разных этапах ее развития;
- показать особенности деятельности и личности журналиста в контексте развития публичных коммуникаций;
- освоить методы исследования профессиональной деятельности журналиста и в целом журналистики как системы;
- заложить основы информационной культуры будущего журналиста с учетом современных трансформаций;
- сформировать представление о профессии и стимулировать саморазвитие будущего журналиста.

В структуру курса включаются как лекционные занятия, так и практические, объединённые в специальный практикум, цель которого – развить у студентов компетентность в области исследования массмедийной сферы на разных этапах профессионального познания. Именно практические занятия помогут обучающемуся осознать суть процессов массмедийной сферы, рассмотреть их с практической стороны, подойти к ним с позиций компетентности в области массмедиа и коммуникации, что очень важно для современного журналиста.

В процессе изучения курса формируются и развиваются такие компетенции как коммуникационная компетенция журналиста,

позволяющая свободно ориентироваться в потоках информационных источников, уметь проникать в самые сокровенные уголки информационного пространства. Анализ медиапрактики, который относится к технологиям курса, способствует развитию исследовательских компетенций будущего журналиста, направленных на ориентацию в совокупности современных медиа, знакомство с их спецификой и формированию адаптационных навыков и способностей к разным меняющимся технологическим формам работы современного журналиста.

Практикум, учебное пособие по которому вы держите в руках, построен в форме исследовательских медиалабораторий, объединяющих тематические разделы курса. В основе работы каждой медиалаборатории – такая организация учебной активности обучающегося, в ходе которой решается задача получения практического опыта для будущей профессии. Практикум опирается на самостоятельную работу обучающегося – как аудиторную – работу в аудитории, так и внеаудиторную с периодическими консультациями преподавателя-мастера/эксперта-журналиста и обратной связью с преподавателем – руководителем медиалаборатории.

Среди основных форм работы обучающегося в медиалабораториях выделяются следующие:

- решение прикладных задач (разработка и обоснование проектных решений, составление кейсов и планов, анализ кейсов, изготовление медиапродуктов, визуализация);

- лабораторные работы, направленные на разработку исследовательских проектов (приобретение нового знания о массмедийных явлениях, объектах и процессах путем выдвижения и проверки научных и исследовательских гипотез);

- медиапроекты (изготовление медиапродуктов).

Предусматриваются дополнительные формы самостоятельной и лабораторной работы обучающихся, которые отражены в разделе «Идея», представляющие продвинутый уровень оценки медийных яв-

лений и процессов, стимулирующие исследовательскую инициативу обучающихся.

Выполнение практических заданий имеет целью совершенствование обучающегося как будущего журналиста и активизацию его профессионального самоопределения через формирование и развитие профессиональных и личностных компетенций.

Структура и теоретическая база дисциплины

В основе изучения массмедиа как системы управления информационными процессами в обществе лежит философский, психологический и социологический анализ практической деятельности этой системы, ее современного состояния и исторической теории и практики.

«Теория массмедиа» – это курс, в котором представлены основные понятия теории массмедиа и журналистики, он включает в себя пять крупных тематических модулей, основанных на специальных подсистемах понятий и категорий, представляющих весь спектр деятельности массмедиа на современном этапе: «Введение в основы теории массмедиа», «Массово-информационная деятельность в журналистике в контексте теории информации», «Массмедиа и политика», «Системный подход к организации деятельности массмедиа», «Результативность деятельности массмедиа». Каждый модуль поделен на подпункты, которые ложатся в основу формулировки темы изучения. Таким образом, в структуре темы могут содержаться от одного до шести подпунктов в зависимости от степени значимости. Это – основа построения как теоретического, так и практического разделов курса. Модули и подпункты представлены в программе курса, на основании которой и разработана программа практикума.

Студенты, завершившие изучение данной дисциплины, должны:

– **знать** специфику журналистской деятельности как массово-информационной деятельности и социального института и условия и особенности ее взаимодействия с другими социальными институ-

тами; законы функционирования журналистики, сущность массово-информационной деятельности, функции журналистики, особенности проявления социальной позиции и ответственности журналиста, условия свободной деятельности журналиста и СМИ, факторы эффективного взаимодействия с аудиторией и особенности творческой деятельности журналиста, специфику взаимодействия массмедиа;

– **уметь** ориентироваться в широком спектре разноплановых изданий и программ, существующих в современной системе СМИ России и региона, а также на мировом уровне; опираться на полученные знания в процессе освоения других аспектов массмедиа;

– **владеть** методиками анализа особенностей функционирования журналистики и массмедиа на современном этапе с выделением особенностей и тенденций развития; навыками работы с тем или иным медиаканалом и средством массовой информации с учетом его специфических особенностей.

Раздел 1

МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО КУРСУ «ТЕОРИЯ МАССМЕДИА»

Практикум по изучению основ массмедиа – это очень важный раздел такого фундаментального курса как «Теория массмедиа». Он предполагает практическое постижение основных понятий и тем теории массмедиа с использованием таких активных методов как эксперимент, мониторинг, проектирование/медиапроектирование, скрайбинг/видеоскрайбинг, осуществляемых в рамках медиалабораторий практикума и курса в целом.

Медиалаборатории организованы как формы аудиторной и самостоятельной работы студента, позволяющие варьировать количественный и качественный состав практических заданий, и формировать различные по своей направленности исследовательские студенческие группы. Работа в этих группах позволит будущему журналисту не только выработать представления и компетенции исследователя, но и освоить целый ряд профессиональных приемов, повышающих журналистское мастерство.

Практикум по курсу «Теория массмедиа» объединяет такие формы практической работы:

– *медиалаборатория*, которая определяется как исследовательская лаборатория по изучению медиапроцессов, ориентированная на создание концептуальных продуктов учебной деятельности: рефератов/реферативных исследований, информационных и медиапроектов, концепций издания, включая разработку информационной политики, и т.д. Ее отличительной чертой является структурирование деятельности и результативный характер практики (нацеленность на практический результат). В рамках этой формы работы преподаватель также принимает участие в проектировании, осуществляя исследовательскую, консультационную и управленческую деятельность;

– *медиапрактикум*, определяющийся как организация практических занятий для выполнения практических лабораторных работ, ориентированных на освоение одного или группы понятий теории массмедиа. Это такая форма аудиторной работы, которая направлена на расширение и детализацию знаний, полученных на лекции и в процессе самостоятельной подготовки обучающегося, на выработку и закрепление навыков профессиональной деятельности. Подготовка к практическим занятиям помимо прослушивания лекции предполагает предварительную самостоятельную работу обучающегося в соответствии с методическими разработками по запланированным темам. В рамках практических занятий используются такие формы работы как текущий контроль результатов работы обучающихся; выступление с устным докладом; участие в дискуссии с обоснованием и защитой собственной точки зрения; организация и участие в деловой игре, включая подготовку;

– *виртуальное медиапроектирование* («лаборатория на дому») – форма внеаудиторной самостоятельной работы обучающегося, которая предполагает его большую активность как субъекта учебного процесса в планировании и конструировании медиапроектов. Основным средством презентации результатов медиапроектирования является web-страница курса, на которой размещаются созданные обучающимися медиапродукты и проводятся открытые обсуждения и дискуссии;

– *виртуальное консультирование* – форма внеаудиторной работы обучающегося, которая предполагает консультирование на учебной странице курса по основным заданиям и лабораторным проектам курса. В качестве консультанта выступают как руководитель лабораторного практикума, так и сами обучающиеся;

– *виртуальное образовательное сообщество* – форма объединения обучающихся на основе виртуальной/интернет-платформы с целью реализации принципа – «учиться друг у друга». Образовательное сообщество или комьюнити позволяет обучающимся сформировать

на основе общности профессиональных ценностей и интересов устойчивую направленность на образовательное взаимодействие с целью обмена идеями и культивирования лучших практик, что способствует формированию метапредметных навыков, необходимых для осуществления успешной профессиональной коммуникации в цифровую эпоху. К таким навыкам следует относить и «мягкие» компетенции (soft skills), которые являются для будущего журналиста интегральными, позволяющими формировать критическое мышление и адаптационные способности – самые востребованные качества на современном рынке труда. К основным «мягким» компетенциям, важным для становления будущего журналиста, относят личную эффективность, умение работать с информацией, креативность и инновационность, эффективность коммуникаций, работу в команде.

Для подготовки к практическим занятиям важно освоить несколько видов самостоятельной работы, которые помогут обучающемуся эффективно постигать обозначенные темы.

Первым видом самостоятельной работы является составление конспектов для практического занятия. Они могут быть выборочными, тезисными, программными или концептуальными:

- основу выборочных конспектов составляют положения, выделенные обучающимся, исходя из их значимости и новизны для автора конспекта;

- основу тезисных конспектов составляют суждения, истинность или ложность которых обучающийся доказывает или опровергает;

- основу программных конспектов составляют программные положения, в которых содержатся суждения, предопределяющие решение того или иного вопроса;

- основу концептуальных конспектов представляют суждения студента, а также закономерности, выделенные в результате работы с литературой и источниками (медиатекстами), которые принимаются за основу концепции развития СМИ.

Вторым видом работы обучающегося на практикуме является участие в дискуссиях, диалогах. Этот вид требует предварительной проработки материала, как дома, так и в рамках самого практикума.

Работа с литературой, как один из видов – третий – самостоятельной работы, распадается на несколько самостоятельных и взаимодополняющих друг друга форм:

- работа в библиотеке, включая электронные библиотеки;
- концептуальные книжные подборки – по типу цепной реакции, когда одна книга неминуемо влечет за собой знакомство с другой, дополняющей или уточняющей некоторые положения и др.;
- самостоятельные изыскания, включая наблюдения за деятельностью журналистов, интервьюирование носителей профессиональных знаний и компетенций.

При подготовке к практическим занятиям рекомендуется предметное знакомство с темами, которые особо сложны для понимания и усвоения. Выделяются формы работы обучающегося, позволяющие углубить знания по предмету в целом и расширить границы его компетенций:

а) конспектирование и составление словаря понятий, наиболее часто употребляемых при изучении конкретной темы. Например, понятие системы СМИ или медиасистемы может быть объяснено с помощью понятий «система», «системные связи», и понятия «информация», что, в свою очередь, может объяснить и такое сложное явление как формирование новых медиа в современном обществе;

б) конспектирование и построение схематических блоков основных категорий и понятий, являющихся базовыми для тематического направления, например, понятие «функции журналистики» является базовым для изучения социального функционирования журналистики и др.;

в) составление ментальной карты (mind map) «цепочки категорий и понятий», которая помогла бы представить основную структуру курса как связь между темами, а также структуру того или иного

понятия, рассматриваемого в рамках изучения тем курса. Ментальная карта применяется для наглядного представления хода мыслей в их движении от центральной идеи или понятия к целому набору понятий и категорий, составляющих суть содержания. Можно встретить и иные названия ментальной карты – это и интеллект-карта, и ассоциативная карта, и английское “mind map” и пр. Ментальные карты могут составляться как вручную, так и на компьютере, при этом применяются не только текстовые элементы, но и фотографии, рисунки, графические изображения и пр.

При изучении курса ментальные карты, составленные самостоятельно по каждому разделу или теме, помогут собрать идеи вокруг одной концепции или темы курса, сфокусировать мыслительный процесс, выстроить логические связи между идеями и темами. В рамках подготовки к занятиям по курсу ментальные карты позволят упорядочить основные тезисы и лекционного материала, и самостоятельно выполняемых заданий, дольше хранить в памяти новые знания, лучше усвоить материал.

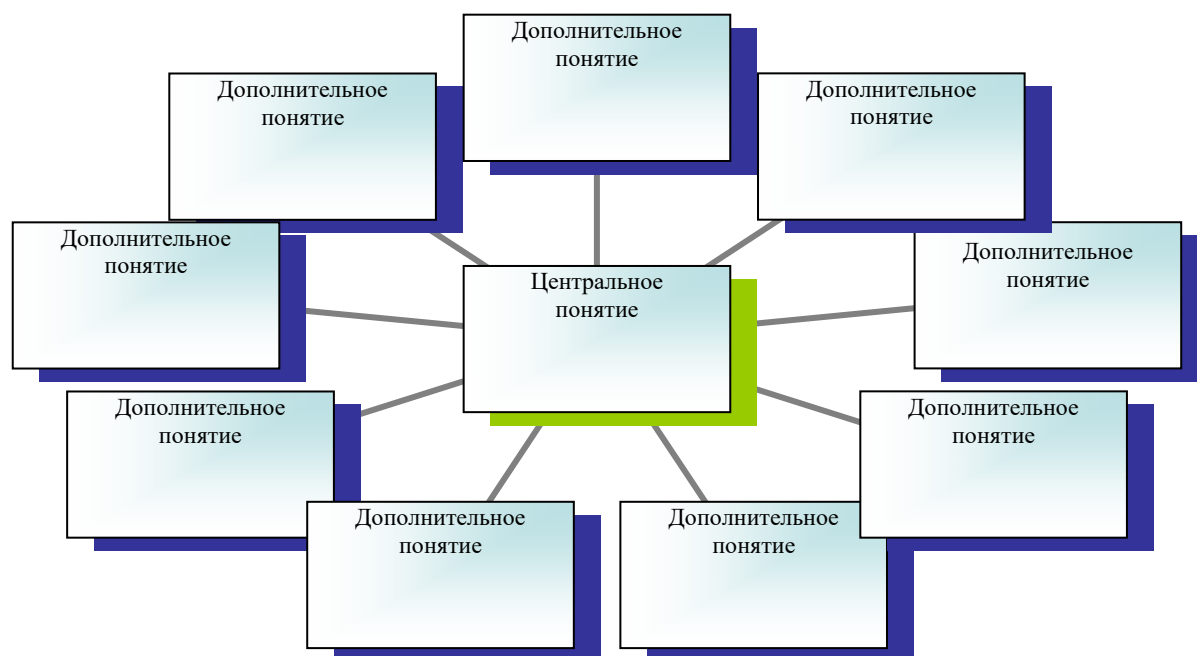


Рис. 1. Классическая модель ментальной карты
(начальный вариант)

При создании ментальной карты понятий и категорий курса применяется метод генерирования идей по схеме матрешки, когда одна идея как бы вытекает из другой, а основное исследуемое понятие ведет к целому ряду дополнительных, при помощи которых раскрываются основные. Дополнительные понятия, в свою очередь, могут также быть разложены на целый ряд сопутствующих. В основе процесса создания ментальной карты лежит техника визуализации мышления, при помощи которой фиксируется и обрабатывается информация. Классическая модель ментальной карты может иметь, например, такую форму как на рис. 1.

Важным является применение категорий и понятий курса на практике, что также включает несколько форм:

а) практическое применение тех категорий, которые наблюдаются на современном этапе в деятельности современных медиа. Например, поиск информации и обработка ее на основе одного из изученных принципов, или возможности и сферы проявления социальной позиции журналиста и т.д.;

б) периодическое знакомство с практикой современных средств массовой информации и медиаканалов – ежедневных или еженедельных газет, выпусков теле и радиопрограмм, интернет-СМИ, сайтов, мессенджеров, социальных сетей и т.д. и прослеживание всех основных положений курса на практических примерах их деятельности;

в) анализ практической деятельности одного из журналистов, чье творчество знакомо или узнаваемо в потоке информации в СМИ.

Участие в практикумах предполагает в большей степени самостоятельное изучение и осмысление предложенных направлений, отражающих проблематику курса.

Подробное знакомство с программой курса позволяет полнее представить все варианты возможностей познавательной деятельности обучающегося при изучении дисциплины и дает определенную свободу в выборе форм и методик изучения тем курса.

Список рекомендуемой литературы помогает определить диапазон знаний, на которые необходимо опираться при овладении тем или иным понятием курса.

Особой формой практических занятий является форма лабораторного практикума. Цель лабораторного практикума – сформировать и закрепить у студентов навыки и умения практической работы в условиях медиасистемы, как исследователей медиапространства и будущих журналистов-практиков.

К задачам лабораторного практикума относятся:

а) выработка умений работы с теоретической литературой, что способствует формированию исследовательских компетенций обучающегося – будущего журналиста;

б) тренинг исследовательских методик (фокус-групп, глубинных интервью, моделирования и т.п.), что способствует формированию и развитию методических и общепрофессиональных компетенций обучающегося – будущего журналиста;

в) знакомство с практической журналистикой/медиапрактикой, что направлено на формирование компетенций в области авторской деятельности будущего журналиста;

г) ориентация в региональной и общенациональной медиасистемах.

Лабораторный практикум предусматривает массированную учебную деятельность обучающихся в медиалаборатории. Это модульная система лабораторного обучения, включающая в себя самостоятельную работу обучающегося под руководством консультанта-преподавателя. В лабораторный практикум включаются лабораторные работы по основным темам курса с рекомендациями по их выполнению. Каждая лабораторная работа снабжена методикой выполнения. Методические разработки содержат: формулировку задания, цель и задачи работы, порядок выполнения, информационное обеспечение и контрольные вопросы.

Работа в условиях медиалаборатории предполагает как индивидуальную учебную деятельность обучающегося, так и работу исследовательских групп, групп-обсерваторий, позволяющих проводить более масштабные и целевые исследования.

Исследовательская группа представляет собой самостоятельное объединение обучающихся (3–5 человек), в основе которого лежит принцип учета индивидуальных предпочтений обучающихся и способностей к выполнению той или иной деятельности. Эти объединения носят постоянный характер и стабильны на протяжении всего лабораторного практикума. Как правило, исследовательские группы формируются в начале работы лабораторного модуля и действуют на протяжении всего периода изучения курса.

Группа-обсерватория (англ. observer – обозреватель) предполагает оперативное объединение, с целью выполнения одной функциональной исследовательской задачи, связанной с обозрением той или иной формы, специфики деятельности СМИ. Такие группы формируются в ходе работы лабораторного практикума и являются подвижным, незафиксированным образованием. Они опираются на инициативу обучающихся и предполагают консультирующую роль преподавателя. Однако они могут быть и долгосрочными, если обсерваторская функция будет востребована в процессе выполнения не одной, а нескольких работ.

Раздел 2

ПРОГРАММА ПРАКТИКУМА

Тема 1.

ВВЕДЕНИЕ В ОСНОВЫ ТЕОРИИ МАССМЕДИА

Занятие 1.

Ключевые понятия курса

Цель занятия – определить проблемное поле и ключевые понятия курса «Теория массмедиа» как науки и как учебной дисциплины.

Основные понятия и категории: *массмедиа; теория массмедиа; цифровая информация; конвергенция; медиа; журналистская наука; теория журналистики.*

План занятия

(вопросы для изучения)

1. Массмедиа: способы изучения. Понятие теории массмедиа.
2. Основные понятия теории массмедиа.
3. Системность знаний современного журналиста: какие знания необходимы журналисту?
4. Историческая ретроспектива: трансформация журналистики – от «петровских» реформ к цифровой информации.

ЛИТЕРАТУРА

Источники

Волковский Н.Л. 111 баек для журналистов. – СПб.: Питер, 2013.– 208 с.

Нигматуллина К. Что должен уметь журналист будущего // Портал Radio.ru. 30 августа 2021 г. – Режим доступа:

<https://radioportal.ru/news/chto-dolzhen-umet-zhurnalist-budushchego>
(дата обращения: 11.10.2022).

Филиппова А. Что должен уметь современный журналист / А. Филиппова, С. Распопова // Журналист. – № 5. – 25 мая 2021 г. – Режим доступа: <https://jrnlist.ru/competence> (дата обращения: 12.09.2022).

Теоретическая литература

Баранова Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика / Е.А. Баранова. – М.: Юрайт, 2020. – 269 с.

Кирия И.В. История и теория медиа: учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 423 с.

Корконосенко С.Г. Теория журналистики. Моделирование и применение: учебное пособие / С.Г. Корконосенко. – М.: Логос, 2015. – 248 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 351 с.

Чемякин Ю.В. Основы теории и истории журналистики / Ю.В. Чемякин. – М.: Флинта, 2020. – 112 с.

Юферева А.С. Конвергентная журналистика: теория и практика: учебное пособие. – М.: ФЛИНТА; Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2021. – 104 с.

Задания

1. Определите особенности процесса формирования новых понятий в теории массмедиа. Для этого составьте словарь понятий, вошедших в научный обиход в последние десятилетия, сославшись на компетентные источники. Сравните количество понятий, выделенных вами в отечественной журналистике, с понятиями в зарубежных теориях журналистики, для этого предварительно изучив их.

2. Составьте модель знаний, необходимых журналисту для успешной профессиональной деятельности. Опирайтесь на особенности современной системы средств массовой информации.

ИДЕЯ

Составьте набор компетенций, которыми должен обладать журналист, и которые отражают современные тенденции развития журналистики как практической профессиональной деятельности, социального института и отрасли науки.

Задачи

Методическое введение

В процессе решения задач студент применяет теоретические знания к конкретной профессиональной и учебной ситуации. Задачи – завершающий этап подготовки к практическому занятию, они решаются после того, как будет изучена предложенная тема и деятельность первоисточников (средств массовой информации).

Оцениваются задачи по следующим критериям:

- понимание логики конкретного понятия теории массмедиа и способность ориентироваться в нем;
- степень владения конкретным практическим материалом и способность провести грамотную журналистскую оценку анализируемой ситуации;
- обоснованность решения и оформления.

Задача 1

Опишите проблемное поле журналистики, проанализировав закономерности массово-информационной деятельности. Результаты занесите в таблицу.

**Проблемное поле теории журналистики
на основе взаимосвязанных закономерностей
массово-информационной деятельности**

| <i>Цепочка категорий как взаимосвязанных закономерностей массово- информационной деятельности</i> | <i>Понятия, составляющие цепочку</i> | <i>Социально обусловленные проблемы</i> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Категории, раскрывающие социальную роль журналистики | | |
| Категории, дающие представление о социальной направленности и методологических основах деятельности в журналистике | | |
| Категории, описывающие субъективную сторону функционирования журналистики | | |
| Категории, характеризующие средства доставки информации | | |
| Категории, дающие характеристику творческих форм массово-информационной деятельности | | |

Задача 2

Опишите основные понятия теории массмедиа, опираясь на анализ теоретических концепций и моделей журналистики. Укажите на источник, который Вами был изучен и из которого Вы почерпнули основные знания о понятии. Заполните таблицу.

Основные понятия теории массмедиа

| <i>Основное понятие теории журналистики</i> | <i>Содержание понятия</i> |
|---------------------------------------------|---------------------------|
| Массовая информация | |
| Массовая аудитория | |
| Журналистика как социальный институт | |
| Журналисты | |
| Функции и принципы журналистики | |
| Система средств массовой информации | |
| Свобода журналистики | |
| Журналистская деонтология | |
| Профессиональные качества журналиста | |
| Информационная политика | |
| Типы творчества в журналистике | |
| Методологическая культура журналиста | |

Темы докладов для практического занятия

1. Массовая коммуникация и теория массмедиа.
2. Специфика массовой аудитории.
3. Массовая информация: интернет-модель.
4. Задачи современного журналиста.
5. Методология журналистской деятельности.

Занятие 2.**Возникновение массмедиа и журналистики**

Цель занятия – определить особенности процессов возникновения массмедиа и журналистики, выделив предпосылки и обозначив формы пражурналистских явлений.

Основные понятия и категории: *праписьмо; носитель информации; папирус и пергамент; алфавит; печатный станок; информационные потребности; массовая журналистика; устная и письменная культуры; печатная культура; бумага как носитель информации; пространство публичных коммуникаций.*

План занятия (вопросы для изучения)

1. Как развивались публичные коммуникации? Почему журналистика – это результат исторической необходимости?
2. Какие древние культуры и цивилизации повлияли на развитие журналистики? Персоналии.
3. Иоганн Гутенберг как знаковая фигура тысячелетия. Открытие печатного станка и развитие журналистики.
4. Медиалаборатория «Цех писателей новостей».

ЛИТЕРАТУРА

Источники

Волковский Н.Л. История информационных войн. В 2-х тт. Т.1 и Т.2. – СПб.: Полигон, 2003.

Гутенберг и его изобретения // Российская государственная библиотека. – Режим доступа: <https://www.rsl.ru/ru/about/projects/biblia-gutenberg-2019/conception/gutenberg-i-ego-izobreteniya> (дата обращения: 12.09.2022).

Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – М.: Кучково поле, 2003. – 464 с.

Перевалова Е. Для чего изучать историю отечественной журналистики? // Журналист. – 26 апреля 2018 г. – Режим доступа: <https://jrnlst.ru/past-and-present> (дата обращения: 12.10.2022).

Теоретическая литература

Ахмадулин Е.В. Основы теории журналистики / Е.В. Ахмадулин. – М.: Юрайт, 2019. – 358 с.

Кирия И.В. История и теория медиа: учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 423 с.

Корконосенко С.Г. Введение в журналистику / С.Г. Корконосенко. – М.: КноРус, 2021. – 270 с.

Основы журналистики / С.Г. Корконосенко и др. – М.: Юрайт, 2019. – 332 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 351 с.

Чемякин Ю.В. Основы теории и истории журналистики / Ю.В. Чемякин. – М.: Флинта, 2020. – 112 с.

Задания

Подготовьте эссе по одной из предложенных тем, опубликуйте его на учебно-методической странице курса на сайте и организуйте дискуссию.

Эссе представляет собой самостоятельное рассуждение по поводу исторических предпосылок возникновения журналистики, снабженное конкретным историческим примером, который обучающийся выделил в результате теоретического исследования вопроса. Эссе имеет объем не более 2000 знаков.

Темы эссе

1. Коммуникация как интеллектуальный труд.
2. Знания – основа коммуникационного обмена.
3. Мысль и слово в коммуникации.
4. Словарь журналистики.
5. Пражурналистика и алфавит.
6. Грамотность как предпосылка журнализма.
7. Книга и ее роль в развитии малых публицистических форм.
8. Городская культура как среда развития журналистики.
9. Потребление информации – условие развития журналистики.
10. Визуальность в восприятии мира.
11. «Типографский человек» в современном мире.
12. Интернет как книга Гуттенберга.
13. Метаморфозы печатного текста.
14. Самосознание аудитории журналистики: слагаемые.
15. Коммуникация и потребности нового человека.

ИДЕЯ

Проанализируйте особенности сближения современного информационного пространства с «галактикой Гутенберга», обозначив при этом специфические черты этого пространства и коренные отличия. Создайте публицистический текст об особенностях современной галактики Гутенберга.

Задачи

Задача 1

На основе ознакомления с особенностями возникновения журналистики заполните таблицу.

Таблица

Предпосылки возникновения журналистики

| <i>Основные предпосылки возникновения журналистики</i> | <i>Характеристики и содержание Предпосылок</i> |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Социально-экономические | |
| Общественно-политические | |
| Технические | |

Задача 2

Купец прибыл с торговым караваном из Китая, привез редкие и пользующиеся спросом товары. Ему надо продать их как можно быстрее. Что предпримет купец для оповещения о товарах потенциальных покупателей? Опишите возможные варианты. Какую еще информацию может предложить потенциальным покупателям купец?

Задача 3

Древние римляне ценили искусство красноречия, использовали его в политической борьбе. Для широкого представления политических взглядов они также использовали первые письменные документы, ставшие прообразом современной газеты. Опишите один из документов подобного типа, создайте его в стиле Древнего Рима.

Задача 4

Медиалаборатория «Цех писателей новостей»

Опишите формы работы средневекового журналиста. На основе этого описания составьте модель цеха писателя новостей, который мог бы существовать в Средние века.

Организуйте (разыграйте действия) подобный цех, распределив роли среди студентов в группе.

По аналогии со средневековым, составьте модель современного newsroom.

Проведите сравнение между двумя моделями, составленными вами. Подготовьте презентации и выступите на практическом занятии.

Темы докладов для практического занятия

1. Значение открытия Иоганна Гутенберга.
2. Типографский человек: культурные метаморфозы.
3. Абсолютистские монархии в борьбе за власть: журналистика как посредник.
4. Первые газеты в Европе: специфика содержания.
5. Авторская журналистика революционных преобразований.

Тема 2.

МАССОВО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ЖУРНАЛИСТИКЕ В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ ИНФОРМАЦИИ

Занятие 1.

Массовая информация как основное понятие теории масс-медиа

Цель занятия – сформировать понимание особенностей массово-информационной природы журналистики и навыки и умения оценки журналистской информации на основе анализа информативности материалов СМИ.

Основные понятия и категории: *информация; журналистская информация; информационный процесс; массовая информация; свойства массовой информации в пространстве публичных коммуникаций; виды информационных процессов в журналистике; типология массовой информации; массовая коммуникация.*

План занятия (вопросы для изучения):

1. Что такое информация? Каковы ее виды и свойства, формы существования.
2. Что такое информационное поле? Из чего оно состоит?
3. Рассмотрите два понятия «знак» и «информация». Сравните их на основе выделенных самостоятельно критериев.
4. Информация и сообщение, общее и частное. Правило интерпретации. Информация и коммуникация.
5. Журналистская информация как один из видов социальной информации. Массовая информация, методы воздействия массовой информации.
6. Медиалаборатория «Типы и виды информации в журналистском тексте».

ЛИТЕРАТУРА

Источники

Саночкин В.В. Что такое информация. – Режим доступа: http://inion.ru/site/assets/files/1473/sanochkin_informacia_1.pdf (дата обращения 12.10.2022).

Что такое информация // YouTube-канал IQ. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=AbIwsTMi-rw&t=1s> (дата обращения 12.10.2022).

Теоретическая литература

Информация и общественное мнение: от репортажа в СМИ к реальным переменам / под ред. Румин Ислам. – М.: Альпина Пабlishер, 2019. – 294 с.

Кирия И.В. История и теория медиа: учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 423 с.

Коротков А.В. Мировые информационные ресурсы: учебное пособие / А.В. Коротков, А.М. Кузьмин. – М.: МГИМО-Университет, 2012. – 92 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 351 с.

Задания

Выполните лабораторную работу «Типы и виды информации в журналистском тексте». Задание по лабораторной работе содержится в разделе «Лабораторный практикум».

ИДЕЯ

Составьте уравнение эффективного воздействия информации, содержащейся в журналистском тексте, и представьте решение данного уравнения, опираясь на выделенную структуру информации.

Задачи

Задача 1

Опишите разновидности авторитетной информации (authoritative information), проанализировав пять новостных сообщений, опубликованных в ведущих средствах массовой информации (по выбору).

Задача 2

Проанализируйте новостную повестку одного дня, представленную изданием, относящимся к альтернативной прессе (по выбору). При этом учитывайте особенности освещения данных новостных событий официальными изданиями.

Задача 3

Опишите процесс вертикальной передачи информации, ориентируясь на оценку этого процесса в рамках одноименной концепции, и обозначьте сторонников и противников этого процесса.

Задача 4

Опишите процесс виртуализации информации с учетом существующих терминов перехода на высокий уровень абстракции. Составьте схему виртуализации информации в одном из специальных (специализированных) новостных изданий (на выбор).

Задача 5

Составьте десять основных информационных поводов, в которых отражаются оперативные особенности повестки дня. Распределите полученные информационные поводы в соответствии с типологическими особенностями изданий.

Задача 6

Опишите особенности процесса глобализации тематики в современных СМИ. Выберите для этого несколько (не менее трех)

средств массовой информации, которые, на ваш взгляд, включены в систему глобализации.

Задача 7

К особенностям современного информационного процесса относят гипертекстовость подаваемой информации. Составьте такого рода «надтекст» и покажите пути его расширения и превращения в неуправляемый бесконечный текст.

Задача 8

Сформулируйте актуальность проблематики одного из современных средств массовой информации (по выбору). Ответьте на вопросы: 1. При помощи чего формируется повестка дня в выбранном СМИ? 2. Какие приемы используют журналисты для формирования подобного рода картины дня?

Темы докладов для практического занятия

1. Гиперсвязанные новости и их особенности.
2. Гипертекст как новая реальность массовой информации.
3. Экологический журнализм и массовая информация.
4. Нарастающая значимость дайджеста и влияние дайджестирования на формы журналистской информации.
5. Дигитализация массовой информации.

Занятие 2.

Информационный процесс в журналистике

Цель занятия — изучить особенности и содержательные аспекты информационного процесса в журналистике как процесса производства, распространения и потребления информации.

Основные понятия и категории: *информационный процесс, структурная модель информационного процесса, разновидности информационных процессов, участники информационного процесса,*

массовый коммуникационный процесс, семиотика информационного процесса, информационное общество.

План занятия
(вопросы для изучения):

1. Структура информационного процесса (ИП) и модели ИП в СМК. Субъект информационного процесса в журналистике.
2. Массовый коммуникационный процесс: типологические особенности.
3. Семиотика информационного процесса в журналистике: синтактика, семантика и прагматика.
4. Тенденции развития ИП в информационном обществе: информация как творчество, технологизация производства и потребления информации, дигитализация и конвергенция, мультимедиатизация.

ЛИТЕРАТУРА

Источники

Аграновский В. Вторая древнейшая. Беседы о журналистике / В. Аграновский. – М.: Вагриус, 1999. – 416 с.

Волковский Н.Л. 111 баек для журналистов / Н.Л. Волковский. – СПб.: Питер, 2013. – 208 с.

Теоретическая литература

Гоноцкая Н.В. Коммуникация в зеркале философии: Исследование проблемы взаимопонимания. История и современность. Истоки и перспективы / Н.В. Гоноцкая. – М.: URSS, 2019. – 158 с.

Калмыков А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков. – М.: РИА Института повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2009. – 84 с.

Киричек П.Н. Информационный процесс в системно-целевом измерении: лекция / П.Н. Киричек. – М.: Изд-во РАГС, 2008. – 30 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 351 с.

Рязанцева Т.И. Гипертекст и электронная коммуникация / Т.И. Рязанцева. – М.: URSS, 2010. – 251 с.

Шостак М.И. Новостная журналистика. Новости прессы: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М.И. Шостак. – 2-е изд., доп. – М: Издательство Юрайт, 2016. – 237 с.

Задания

Выполните лабораторную работу «Журналист в поиске информации: Моделирование процесса информационного поиска»

ИДЕЯ

Составьте картотеку источников информации журналиста, выбрав тематику, по которой он работает. Источники классифицируйте. Определите признаки классификации. Сделайте три подборки источников на предмет подготовки трех различных по фактуре и проблематике журналистских материалов.

Задачи

Задача 1

Сравните термины «информационное пространство», «информационная среда», «информосфера». Обозначьте общее и различное в этих терминах.

Задача 2

Проанализируйте выпуски СМИ (на выбор), найдите в них приемы инфотейнмента и охарактеризуйте способы подачи журналистских материалов в соответствии с этими приемами.

Задача 3

Сравните термины «коммуникация» и «комьюнити», применив их к характеристике информационного процесса в журналистике.

Задача 4

Опишите процессы конвергенции, протекающие в современной редакции СМИ, ориентируйтесь на сближение явлений и тенденций как основу конвергенции в журналистике.

Задача 5

Проанализируйте два (на выбор) средства массовой информации и выберите в них не менее 6 журналистских материалов, в которых инсценированные события выступают как информационный повод.

Темы докладов для практического занятия

1. Дигитальный рынок и его особенности.
2. Значение современного дизайна информационных продуктов.
3. Специфика издания и его позиционирование в информационном процессе.
4. Дисбаланс новостей и его влияние на информационную политику издания.
5. Особенности доктрины транснационального свободного потока.

Тема 3. МАССМЕДИА И ПОЛИТИКА

Занятие 1.

Функции журналистики

Цель занятия – изучить особенности, типы и виды функций журналистики как системы и выявить способы их реализации в современной медиапрактике.

Основные понятия и категории: *функция, модель функций, функционирование, система функций, основы функционирования журналистики, реализация функций, информационная политика, исходная функция; пространство функций; идеология; идеологизация; переидеологизация; реидеологизация; массовое сознание; общественное мнение.*

План занятия (вопросы для изучения):

1. Понятие «функция».
2. Особенности определения функций в журналистике.
3. Специфика полифункциональности в журналистике.
4. Система функций в журналистике.

ЛИТЕРАТУРА

Источники

Волковский Н.Л. 111 баек для журналистов / Н.Л. Волковский. – СПб: Питер, 2013. – 208 с.

Теоретическая литература

Ахмадулин Е.В. Основы теории журналистики / Е.В. Ахмадуллин. – М.: Юрайт, 2019. – 358 с.

Корконосенко С.Г. Введение в журналистику / С.Г. Корконосенко. – М.: КноРус, 2021. – 270 с.

Основы журналистики / С.Г. Корконосенко и др. – М.: Юрайт, 2019. – 332 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 351 с.

Чемякин Ю.В. Основы теории и истории журналистики / Ю.В. Чемякин. – М.: Флинта, 2020. – 112 с.

Задания

Выполните лабораторную работу «Реализация основных функций в практической деятельности СМИ».

ИДЕЯ

Составьте лабораторное задание для начинающего журналиста, в процессе выполнения которого возможно было бы сформировать компетенцию оценки издания (СМИ) с позиций выполнения им определенных функций, ориентируясь при этом на текст как результат деятельности журналиста.

Задачи

Задача 1

Разработайте критерии квалифицированной оценки качества материалов СМИ на основе понимания сути профессии журналиста.

Задача 2

Определите три признака некачественного контента СМИ – то есть контента, которому не стоит доверять. Обоснуйте выделение данных признаков.

Задача 3

Определите, как связаны социальные функции СМИ и успех медиа как бизнеса. Объясните это положение на примерах.

Задача 4

Составьте графическую модель массового сознания как объекта воздействия СМИ. При этом в этой модели постарайтесь отразить особенности каждого элемента, входящего в нее.

Задача 5

Проведите анализ рубрик, в которых, на ваш взгляд, реализуются рекреативные функции журналистики в издании, выбранном произвольно. Свяжите особенности реализации рекреативных функций с типологическими особенностями издания.

Задача 6

Проанализируйте контент телеканала «Россия». Выделите одну программу, в которой журналисты используют рекреативные элементы для создания медиатекста. Перечислите эти элементы и определите, какие эффекты возникают при этом?

Темы докладов для практического занятия

1. Мобилизующая информация в контексте информирующей функции СМИ.
2. Переизбыток информации и цифровая зависимость.
3. Субъектная журналистика – будущее СМИ?
4. Контур и ландшафт профессиональной журналистики будущего.
5. Полифункциональность современной журналистики.

Занятие 2.

Журналистика как социальный институт

Цель занятия – определить основные характеристики журналистики как социального института и раскрыть сущностные характеристики определения журналистики как четвертой власти.

Основные понятия и категории: *социальный институт, воздействие журналистики, журналистика как социальный институт,*

гражданское общество, демократическая журналистика, принципы журналистики, власть и журналистика.

План занятия (вопросы для изучения)

1. Понятие «социальный институт».
2. Специфика проявления властных полномочий журналистики.
3. Понятие «четвертая власть»: особенности определения.
4. Журналистика как социальный институт: особенности определения «четвертой власти».

ЛИТЕРАТУРА

Источники

Журналистика и власть. Лекция Николая Михайлова. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=RcJESZOy9D0&t=3s> (дата обращения 12.10.2022).

Попов В.П. Журналистика как «четвертая власть» / В.П. Попов. – М. : Лаборатория книги, 2012. – 107 с.

Теоретическая литература

Ахмадулин Е.В. Основы теории журналистики / Е.В. Ахмадулин. – М.: Юрайт, 2019. – 358 с.

Викулова Л.Г. Коммуникация, Теория и практика. Учебник / Л.Г. Викулова, М.Р. Желтухина, С.А. Герасимова, И.В. Макарова. – М.: Восточная книга, 2020. – 336 с.

Корконосенко С.Г. Введение в журналистику / С.Г. Корконосенко. – М.: КноРус, 2021. – 270 с.

Коханова Л.А. Основы теории журналистики: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 'Журналистика' / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 536 с.

Основы журналистики / С.Г. Корконосенко и др. – М.: Юрайт, 2019. – 332 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 351 с.

Задачи

Задача 1

Проведите анализ деятельности одного из выбранных вами произвольно средств массовой информации. Найдите примеры того, что положение этого СМИ в обществе в силу своей влиятельности характеризуется как значимое на фоне иных социальных институтов.

Задача 2

Приведите примеры из деятельности современной российской медиасистемы, в которых СМИ предстают как независимый социальный институт в рамках Конституции РФ и законодательства о СМИ.

Задача 3

Проанализируйте деятельность современных СМИ на предмет того, что другие социальные институты, с которыми взаимодействуют массмедиа, способны подчинить СМИ своим интересам. Приведите конкретные примеры.

Задача 4

В массовой аудитории развивается тенденция к потребительской психологии. Опишите эти процессы и обозначьте на конкретном примере (издание по выбору) проблематику потребительской информации, имеющей отражение в СМИ.

Задача 5

Согласно одной из концепций конфликт – суть новостей. Проанализируйте новостной контент одного из СМИ на предмет выявле-

ния конфликтов, содержащихся в новостях. Систематизируйте их. Опишите кратко каждую из выделенных подсистем.

Темы докладов для практического занятия

1. СМИ и формирование общественной нравственности.
2. Реальное проявление четвертой власти СМИ или иллюзия?
3. СМИ как институт социализации новых поколений.
4. Доверие к информации как проблема СМИ.
5. Информационная экспансия СМИ.

Занятие 3.

Политическая культура журналиста

Цель занятий – рассмотреть специфику и своеобразие политической деятельности в журналистике, обозначить специфику и слагаемые политической культуры журналиста и особенности политического анализа в журналистике.

Основные понятия и категории: *политическая культура, политическая деятельность, политическая культура журналиста, политический анализ, специализация журналиста в сфере политики, политическая журналистика, политическое обозрение.*

План занятия (вопросы для изучения)

1. Политическая деятельность в журналистике.
2. Специфика освещения политической темы в современных СМИ.
3. Политическая культура журналиста.
4. Политический анализ в журналистике: виды и типы.

ЛИТЕРАТУРА

Теоретическая литература

Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации / Н.Н. Богомолова. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 191 с.

Политическая журналистика: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.Г. Корконосенко [и др.]; под редакцией С.Г. Корконосенко. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 319 с.

Политическая культура: Учебное пособие / Под ред. Г.Л. Тульчинского. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 324 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 351 с.

Задания

Задание 1

Определите особенности медиакратии. Для этого на основании анализа современной медиапрактики и теоретических источников (самостоятельно подобранных) сформируйте модель медиакратии, в которую обязательно включите процессы медиатизации, основанием для которых является участие журналистики в событиях, связанных с политическими системами.

Задание 2

Напишите эссе о двух взаимодополняющих тенденциях в современном медиаполе: медиатизации политики как трансфера политических процессов в символическое поле средств массовой информации, и политизации средств массовой информации. Ответьте, при этом, на вопрос: какое влияние оказывают эти процессы на формирование современной картины мира.

Задачи

Задача 1

Найдите в СМИ не менее пяти примеров того, как рекреативный контент используют в политическом контексте (как инструмент формирования имиджа, как средство предвыборной агитации).

Задача 2

Выберите одного из политических обозревателей современной системы СМИ России. Познакомьтесь с его творчеством. Выделите 3–5 материалов, содержащих разные виды политического анализа: полный, частичный и косвенный. Проанализируйте эти тексты, опираясь на модель политического анализа в журналистике, представленную в теоретических положениях.

Составьте по результатам анализа типологический портрет политического обозревателя с подробным описанием выделенного типа. Презентуйте данный портрет на учебной странице курса.

Задача 3

Г. Лассуэлл признан автором модели изучения влияния СМИ на аудиторию. Проанализируйте, опираясь на модель Лассуэлла, особенности влияния выбранного вами средства массовой информации на аудиторию.

Задача 4

Существует понятие «протокольного интервью», которое связано с особенностями деятельности журналиста в органах власти. Составьте резюме подобного интервью и отразите в нем специфику вашего собеседника и особенности процесса интервьюирования в зависимости от значимости политической фигуры.

Темы для докладов на практическом занятии

1. Медиакратия как явление.
2. Мультимедиатизация и СМИ.

3. Медиакультура и ее особенности.
4. Концепция негативной свободы и журналистика.
5. Необходимость как фактор понимания свободы творчества в журналистике.

Занятие 4.

Политический анализ в журналистике

Цель занятия – рассмотреть особенности и подходы к политическому анализу журналистики, выявить основные черты политического анализа.

Основные понятия и категории: *политический анализ, политический анализ в журналистском произведении, основы политического анализа в журналистике, политическая журналистика.*

План занятия (вопросы для изучения)

1. Политический анализ: частное и общее.
2. Политическая журналистика как отрасль современной журналистики.
3. Политический анализ в журналистском произведении: основные подходы и методы.

ЛИТЕРАТУРА

Источники

Черваков А.А. Специфика модели политического анализа в СМИ (на примере конкретной публикации в еженедельном общественно-политическом журнале) // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2011. – №1. – С. 214–218.

Теоретическая литература

Политическая журналистика / С.Г. Корконосенко [и др.]; под редакцией С.Г. Корконосенко. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 319 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 351 с.

Семенов В.А. Политический анализ и прогнозирование / В.А. Семенов, В.Н. Колесников, В.Г. Зарубин. – СПб.: Питер, 2014. – 432 с.

Турунок С.Г. Политический анализ и прогнозирование / С.Г. Турунок. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 291 с.

Задания

Задание 1

Напишите эссе на тему: «Почему необходим общественный диалог?» при этом, осветите вопросы о роли СМИ как посредника в информационном процессе и формировании публичной сферы.

Задание 2

Проанализируйте на примере одного медиаканала (по выбору), как организуется СМИ информационный обмен между политиками и гражданами, властью и обществом. Выделите для этого критерии анализа и обозначьте основные этапы.

Темы для докладов на практическом занятии

1. Журналистика в политических процессах современности.
2. Политический процесс как важнейший объект журналистского анализа.
3. Как журналистика воздействует на политические процессы?
3. Акторы политики и специфика взаимодействия СМИ с ними.
4. Политический плюрализм и журналистика.
5. Журналистика и инструменты политического анализа.

Тема 4.

СОЦИАЛЬНАЯ ПОЗИЦИЯ ЖУРНАЛИСТА

Занятие 1.

Слагаемые социальной позиции журналиста

Цель занятия – определить содержание социальной позиции журналиста, а также критерии проявления данной позиции в пространстве публичных коммуникаций.

Основные понятия и категории: *журналистика, социальная журналистика, социальный институт, социальные типы журналистики, социальная позиция, принципы деятельности журналиста, исторические типы журналистики.*

План занятия

(вопросы для изучения):

1. Социальные типы журналистики и их специфика. Понятие социальной позиции. Формирование социальной позиции журналиста. Личное, общечеловеческое и групповое. Слагаемые социальной позиции журналиста.

2. Принципы журналистики как фактор выражения социальной позиции.

3. Исторические типы журналистики. Исторические факторы развития журналистики. Социальные позиции журналистов в различные исторические эпохи. Матрица исторических этапов интерпретации социальной позиции.

ЛИТЕРАТУРА

Источники

Попов В.П. Журналистика как «четвертая власть» / В.П. Попов. – М. : Лаборатория книги, 2012. – 107 с.

Теоретическая литература

Бережная М.А. Социальные проблемы в фокусе ТВ: учеб. пос. / М.А. Бережная. – СПб.: Высш. школа журналистики и мас. коммуникаций СПбГУ, 2017. – 192 с

Политическая журналистика: учебник для бакалавриата и магистратуры/ С.Г. Корконосенко [и др.]; под редакцией С.Г. Корконосенко. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 319 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2012.

Чепкина Э.В. Социальная журналистика. Проблемы толерантности в СМИ: учебное пособие для вузов / Э.В. Чепкина. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 115 с.

Задания

Выполните лабораторную работу: «Формы проявления социальной позиции журналиста и специалиста по связям с общественностью: сопоставительный анализ».

Задачи

Задача 1

Напишите эссе на тему «Принципиальность журналиста». Объем – 1 страница компьютерного текста. Разместите его на электронной учебной странице курса для обсуждения.

Задача 2

Составьте памятку журналисту, работающему в зоне экстремальных ситуаций, в которой опишите правила и принципы безопасной деятельности.

Задача 3

Проанализируйте поведение журналиста в условиях протокольных мероприятий на примере конкретного СМИ. Опишите принципы, которыми руководствуется журналист.

Задача 4

Выделите интегративные принципы деятельности журналиста и обозначьте условия их соблюдения.

Темы для докладов на практическом занятии

1. Миф о свободе печати: реальность и выдумка.
2. Особенности проявления свободы журналистики в контексте мультимедиатизации информационного пространства.
3. Гуманизация журналистики как будущее СМИ.
4. Новый журнализм и новые принципы деятельности.
5. Мифотворчество СМИ.

Тема 5.

СВОБОДА ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Занятие 1

Свобода журналистского творчества

Цель занятия – освоить особенности проявления свободы журналистской деятельности в разные периоды развития системы средств массовой информации.

Основные понятия: *свобода, необходимость, ответственность, культура свободы, свободный рынок, конкуренция, авторитарная концепция свободы, полная свобода журналистики, ответственная свобода СМИ.*

План занятия

(вопросы для изучения):

1. Понятие свободы, необходимости и ответственности. Цензура как историческое явление. Основные виды цензуры, этапы ее развития и процесс осуществления. Ограничения и запреты на цензуру (правовые и политико-правовые основания).

2. Основные конституционные принципы деятельности журналиста. Свобода и произвол: различия.

3. Экономические факторы свободы журналистики. Гарантии и возможности свободы СМИ.

4. Юридические факторы свободы журналистики: концепции юридической стороны свободы СМИ.

5. Теории свободы печати. Мировые организации и международные объединения журналистов в борьбе за свободу прессы.

ЛИТЕРАТУРА

Источники

Волковский Н.Л. 111 баек для журналистов / Н.Л. Волковский. – СПб.: Питер, 2013. – 208 с.

Соколов-Митрич Д. Реальный репортер. Почему нас этому не учат на журфаке? / Д. Соколов-Митрич. – СПб.: Питер, 2012. – 256 с.

Маркс К. Дебаты шестого рейнского ландтага (статья первая). Дебаты о свободе печати и об опубликовании протоколов сословного собрания // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. 2 изд. Т. 1. – С. 30–84.

Теоретическая литература

Ильченко С.Н. Основы журналистской деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата / С.Н. Ильченко. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 311 с.

Прозоров В.В. Власть и свобода журналистики: учеб. пособие / В. В. Прозоров. – М.: Флинта: Наука, 2012. – 240 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 351 с.

Задания

Прочитайте и проанализируйте широко известную статью Карла Маркса «Дебаты шестого Рейнского ландтага (статья первая). Дебаты о свободе печати и об опубликовании протоколов сословного собрания». Сравните, что изменилось за прошедший период развития журналистики, а что осталось неизменным. Опишите изменения в форме тезисов, назвав их «Тезисы о медиасвободе».

Задачи

Задача 1

Обозначьте факторы свободы журналистской деятельности, заполните по результатам исследования таблицу.

Таблица

Факторы свободы журналистской деятельности

| Наименование фактора | Общая характеристика | Средства и способы проявления в деятельности СМИ |
|----------------------|----------------------|--------------------------------------------------|
| | | |

Задача 2

Опишите основные концепции свободы СМИ. Результаты занесите в таблицу.

Таблица

Концепции свободы СМИ

| Концепции свободы | Теоретическая основа концепции | Авторы концепции | Основные положения | Отличие от других концепций |
|-------------------|--------------------------------|------------------|--------------------|-----------------------------|
| | | | | |

Задача 3

Составьте перечень международных организаций журналистов, принимающих участие в защите свободы СМИ. Результаты занесите в таблицу.

Таблица

Международные организации и международные объединения журналистов, выступающие за свободу СМИ

| Наименование организации | Уровень организации и статус | Общие положения программы организации | Участники организации и поле их деятельности |
|--------------------------|------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------|
| | | | |

Темы для докладов на практическом занятии

1. Теоретические и практические различия между свободой и произволом в СМИ.
2. Цензура как историческое явление в журналистике.
3. Ресурсы расширения экономической свободы СМИ.
4. Доступ к информации как фактор свободы СМИ.
5. Свободная интерпретация информации в СМИ.

Тема 6.

ЖУРНАЛИСТИКА

КАК СИСТЕМА СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Занятие 1

Система средств массовой информации

Цель занятий – изучить особенности периодизации функционирования системы средств массовой информации современной России и определить основные тенденции их развития

Основные понятия и категории: *медиаресурсы; реформы в информационной сфере; регионализация; глокализация; модели СМИ; глобализация, прогресс ИКТ (информационно-компьютерных технологий); тенденции развития СМИ.*

План занятия

(вопросы для изучения):

1. Понятия информационной системы, информационной сферы и информационной структуры. Признаки системности в журналистике.

2. Медиасистема как совокупность каналов трансляции информации: особенности структурных и содержательных характеристик. Разновидности медиасистем.

3. Этапы развития российской медиасистемы. Группы средств массовой информации. Основы типологического анализа СМИ.

ЛИТЕРАТУРА

Источники

Волковский Н.Л. 111 баек для журналистов / Н.Л. Волковский. – СПб.: Питер, 2013. – 208 с.

Соколов-Митрич Д. Реальный репортер. Почему нас этому не учат на журфаке? / Д. Соколов-Митрич – СПб.: Питер, 2012. – 256 с.

Теоретическая литература

Медиасистема России: Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2020. – 454 с.

Неймарк М.А. Геополитика «мягкой силы»: опыт России / М.А. Наймарк. – М.: Дашков и К, 2022. – 350 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2012.

Страшнов С.Л. Система СМИ: просветительство и журналистика: учебное пособие для вузов / С.Л. Страшнов. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 173 с.

Задания

Выполните лабораторную работу: «Типологическая лаборатория региональной периодики».

Задачи

Задача 1

Вы написали материал по проблемам развития музыкальной культуры в регионе. В каком средстве массовой информации ваш материал примут и опубликуют. Обоснуйте.

Задача 2

Редактор дает вам задание побывать на открытии выставки, имеющей всемирное значение. Вы побывали на выставке и сделали не один, а три материала в разных жанрах. Но редактор просит только один материал. Как вы поступите? Обоснуйте ответ.

Задача 3

Вы работаете над материалом на тему «Реформа высшего образования», но опубликовать его в региональных СМИ не представляется возможным, так как в регионе нет специализированного издания. Какое издание вы будете искать? Обоснуйте ответ.

Задача 4

Вы решили открыть собственное СМИ. Опишите проблемы, которые вам предстоит решить при открытии собственного средства массовой информации.

Темы для докладов на практическом занятии

1. Глобализация и ее влияние на деятельность средств массовой информации.
2. Проблемы формирования новых средств массовой информации в условиях глокализации.
3. Глокализация: границы влияния в журналистике.
4. Предмет инноваций в журналистике.
5. Инновационные технологии в развитии средств массовой информации России.

Тема 7.

МАССОВО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ СРЕДСТВА ЖУРНАЛИСТИКИ

Занятие 1.

Средства массовой информации

Цель занятий – освоить принципы построения журналистики как системы средств массовой информации и изучить системный подход к СМИ в контексте развития информационной системы России.

Основные понятия и категории: *медийные структуры; рынок информации; рынок СМИ; рекламный рынок; инфотейнмент; медиакратичность современного общества; вектор развития СМИ – глобальный мейнстрим; медиapolитическая система; уровни российской информационной системы.*

План занятия

(вопросы для изучения):

1. Печать, радиовещание и телевидение в структуре системы СМИ России. Новые средства массовой информации.
2. Взаимодействие СМИ. Особенности и типы взаимодействия.
3. Понятие мирового информационного порядка, закономерности его развития. Делегирование полномочий, взаимодействие, формирование политики сотрудничества.

ЛИТЕРАТУРА

Теоретическая литература

Ким Н.М. Жанры печатных и электронных СМИ. Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / Н.М. Ким, Е.М. Пак. – СПб.: Питер, 2020. – 448 с.

Мельник Г.С. Современная местная газета: типология, особенности функционирования и перспективы развития: учеб. пособие / Г.С. Мельник, А.Н. Тепляшина. – СПб., 2011. – 130 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 351 с.

Универсальная журналистика: Учебник для вузов / Под ред. Л.П. Шестеркиной. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2016. – 480 с.

Задания

Выполните лабораторную работу: «Восприятие новостей в системе СМИ: специфика печати, радио, телевидения, Интернет».

ИДЕЯ

Составьте подборку новостей, ориентируясь на события ближайшей недели. Адаптируйте ее к печатному изданию, радиовыпуску и интернет-газете. Опишите особенности каждого из выпусков.

Задачи

Задача 1

Опишите радиоканал по выбору как средство массовой информации.

Задача 2

Опишите телеканал по выбору как средство массовой информации.

Задача 3

Опишите интернет-СМИ по выбору как средство массовой информации.

Задача 4

Проанализируйте процесс развития какого-либо (на выбор) средства массовой информации региона по критериям, самостоятельно выделенным по результатам изучения темы. Постройте модель

развития данного СМИ и обозначьте перспективы его дальнейшей модернизации.

Задача 5

Сравните термины «нишевая аудитория» и «гипернишевая аудитория» по отношению к интернет-СМИ.

Темы для докладов на практическом занятии

1. Новая инфосфера и ее особенности.
2. Новости как «скоропортящийся» товар.
3. Новые электронные медиа.
4. Ньюсрум: формы организации и деятельности.
5. Объективность в новостях: принципы и формы подачи.

Тема 8.

**ОСОБЕННОСТИ И ВИДЫ
ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Занятие 1.

Видовые особенности журналистской деятельности

Цель занятия – освоить видовые характеристики журналистской деятельности и характеристики информационной политики, выработать навыки осуществления различных видов деятельности журналистом и основные принципы формирования информационной политики и ее реализации.

Основные понятия и категории: *журналист, журналистская деятельность, информационная политика, реализация информационной политики, виды журналистской деятельности, программа СМИ.*

**План занятия
(вопросы для изучения):**

1. Понятие видов журналистской деятельности. Редакторская, организаторская и авторская деятельности.
2. Информационная политика издания как объединяющий фактор в деятельности журналистов.
3. Программа СМИ: составляющие. Три стороны реализации информационной политики издания: пропаганда, агитация, контрпропаганда. Формы реализации информационной политики.
4. Типы журналистского творчества. Субъект журналистской деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

Источники

Аграновский В.А. Вторая древнейшая / В. Аграновский. – М.: Вагриус, 1999. – 416 с.

Волковский Н.Л. 111 баек для журналистов / Н.Л. Волковский. – СПб.: Питер, 2013. – 208 с.

Соколов-Митрич Д. Реальный репортер. Почему нас этому не учат на журфаке? / Д. Соколов-Митрич. – СПб.: Питер, 2012. – 256 с.

Теоретическая литература

Ильченко С.Н. Основы журналистской деятельности. Учебник и практикум для академического бакалавриата / С.Н. Ильченко. – М.: Юрайт, 2021. – 311 с.

Колесниченко А.В. Основы журналистской деятельности: учебное пособие для вузов/ А.В. Колесниченко. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 341 с.

Лазутина Г.В. Основы журналистской деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата / Г.В. Лазутина. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 212 с.

Распопова С.С. Основы журналистской деятельности: учебник / С.С. Распопова. – М.: Аспект Пресс, 2019. – 272 с.

Задания

1. Выполните лабораторную работу: «Слагаемые редакторской, авторской и организаторской деятельности в журналистике: сравнительный анализ»

2. Выполните лабораторную работу «Журнал и газета в структуре системы СМИ: разработка информационной политики издания. Информационный проект».

ИДЕЯ

Разработайте план-программу творческого медиапроекта, в котором представьте наряду с описанием специфики проекта этапы внедрения проекта и ожидания от его реализации.

Темы для докладов на практическом занятии

1. Менеджмент в системе СМИ.
2. Маркетинговые стратегии средств массовой информации.
3. Специфика информационной политики современного СМИ.
4. Формы и методики организационной деятельности современного средства массовой информации.
5. Авторские права в журналистике.
6. Специфика проектов в журналистике.
7. Особенности проектного мышления журналиста.
8. Персонификация в журналистике и медиапроектировании.
9. Особенности продюсерской деятельности в журналистике.
10. Универсализация и медиапроектирование.

Занятие 2.

Эффективность и действенность журналистики

Цель занятия – освоить методику оценки эффективности и действенности журналистских выступлений.

Основные понятия и категории: *эффективность журналистики, действенность журналистики, эффекты, результативность журналистских выступлений, социальные задачи, типы социальных задач, формы подготовки решений в прессе.*

План занятия

(вопросы для изучения):

1. Понятие эффективности журналистской практики. Основные виды результатов работы СМИ.
2. Эффективность и действенность журналистики. Результативность журналистики. Эффекты журналистики.
3. Типы социальных задач. Формы подготовки решений в прессе. Референдум, экспертиза, моделирование и рекомендации. Факторы действенности.

ЛИТЕРАТУРА

Источники

Волковский Н.Л. 111 баек для журналистов / Н.Л. Волковский. – СПб.: Питер, 2013. – 208 с.

Шмидт К. 5 элементов журналистики решений / К. Шмидт // Журналист. 3 сентября 2019 г. – Режим доступа: <https://jrnlst.ru/journalism-solutions> (дата обращения: 21.01.2022).

Теоретическая литература

Журналистика. Общество. Ценности / Под ред. В.А. Сидорова. – СПб.: Петрополис, 2012. – 448 с.

Основы журналистики: учебник для среднего профессионального образования / С.Г. Корконосенко [и др.]; под редакцией С.Г. Корконосенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 332 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 351 с.

Свитич Л.Г. Введение в специальность. Профессия – журналист / Л.Г. Свитич. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 255 с.

Задания

1. Выполните лабораторную работу «Свойства журналистского произведения как факторы эффективности»

2. Выполните лабораторную работу «Изучение личностных качеств журналиста».

ИДЕЯ

Создайте виртуальную творческую мастерскую эффективного журналистского текста. Опишите ее структуру и составьте проблемно-тематический план ее работы. Опишите также ожидания от ее деятельности для будущего журналиста.

Темы для докладов на практическом занятии

1. Творческие факторы эффективности журналистского текста.
2. Объективный журнализм.
3. Ответственность самоцензуры журналиста.
4. Пандитократия в СМИ.
5. Парадокс разнообразия в развитии медиаиндустрии.

Раздел 3

СБОРНИК ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ ПО КУРСУ «ТЕОРИЯ МАССМЕДИА»

Лабораторная работа – это одна из форм изучения материала, в основе которой лежит экспериментальная работа обучающегося, направленная на закрепление и развитие компетенций и навыков как практической, так и исследовательской деятельности будущего журналиста. Отличием ее является разработанный и представленный заданный *алгоритм* работы, что позволяет фиксировать определенные процессуальные особенности того предмета, который изучается в ходе выполнения лабораторных работ.

В структуре лабораторной работы выделяются такие *элементы*:
название,
цель и задачи;
задание;
информационные ресурсы;
методика и порядок выполнения;
контрольные вопросы.

Лабораторные работы по курсу «Теория массмедиа» направлены на приобретение опыта решения разнообразных журналистских профессиональных задач экспериментальным путем, а также получение практических знаний о наблюдаемом процессе развития массмедиа.

В ходе выполнения лабораторных работ также приобретается навык обработки, анализа и осмысления полученных в ходе исследования результатов.

Лабораторная работа направлена на активизацию познавательных процессов, приобретение опыта экспериментальным путем, выработку и закрепление навыков общения и совместной деятельности в группе и с руководителем, мотивацию к исследовательской деятельности и приобретению новой информации; развитие умений кон-

тролировать свои действия, исправлять ошибки, оценивать результаты и вносить коррективы.

Содержание лабораторных работ по курсу «Теория массмедиа» определяется в соответствии с программой и целями освоения дисциплины. В содержании определяется нацеленность на наблюдение и установку закономерностей в наблюдаемых массмедийных процессах, изучение массмедийных процессов, выявление их характеристик на основе анализа медиапрактики, получение и исследование новых медиапродуктов и их особенностей.

Лабораторные работы по курсу «Теория массмедиа» подразделяются на следующие виды:

- *исследовательские*, в основе которых лежит мониторинг/наблюдение за каким-либо медийным объектом, в результате чего обучающийся, занимая место исследователя, овладевает методикой выявления закономерностей изучаемого процесса и получения новых знаний;

- *наблюдательные*, предполагающие закрепление теории и получение навыков анализа медиапрактики;

- *обобщающие*, направленные на закрепление изученного во время занятий и практики материала;

- *бригадно-лабораторные*, которые проводятся в мини-группах;

- *проблемные*, предполагающие решение проблемы, поставленной в задании.

По итогам лабораторной работы обучающийся должен представить **отчет**, в котором изложить основные результаты, полученные в ходе лабораторного исследования.

В отчете обучающийся должен:

- определить* соответствие полученных результатов обозначенной цели лабораторной работы;

- раскрыть* основные понятия, используемые во время выполнения лабораторной работы для проведения исследования;

представить результаты проведенного исследования, обработанные в соответствии с полученным заданием;

написать вывод;

ответить на контрольные вопросы.

Примерная форма отчета такова:

Обучающийся в отчете определяет, насколько полученные им результаты соответствуют заявленным в задании цели и задачам лабораторной работы.

Обучающийся описывает основные понятия, на которые он опирался при выполнении лабораторной работы.

Обучающийся кратко представляет результаты выполненной лабораторной работы.

Обучающийся формулирует вывод по итогам выполненной лабораторной работы.

Обучающийся отвечает на контрольные вопросы.

СБОРНИК ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

Лабораторная работа 1.

Типы и виды информации в журналистском тексте

Вид работы: обобщающая

Цель работы: сформировать навыки и умения оценки журналистской информации на основе анализа информативности материалов СМИ.

Задачи:

- а) освоить слагаемые информативности журналистского материала;
- б) рассмотреть типы и виды журналистской информации, обеспечивающие информативность материала;
- в) провести типовой и видовой анализ информации в журналистском тексте;
- г) составить информативную модель журналистского текста.

Задание: определить типы и виды информации в журналистском тексте, обеспечивающие его информативность с точки зрения семиотического подхода.

Информационные ресурсы:

Корконосенко С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение: учебное пособие / С.Г. Корконосенко. – М.: Логос, 2010. – 248 с.

Коханова Л.А. Основы теории журналистики: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 'Журналистика' / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 536 с.

Пельтек Е. Пишите – не пишите. Психологическое руководство для авторов по работе с текстом и собой / Е. Пельтек. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 240 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект-Пресс, 2011. – 351 с.

Методика и порядок выполнения

1. Выберите два журналистских материала, объемом не менее 300 строк, опубликованных в общественно-политической газете или журнале. Прочитайте их внимательно и оцените типы информации по различным аспектам (прагматическому, синтаксическому и семантическому).

2. Составьте карточку анализа по образцу. Вверху карточки пишется название материала, автор, место и время выхода. Характеристики информации обозначаются соответствующими индексами.

Карточка анализа

| Автор | Название материала | Наименование СМИ, в котором опубликован материал и дата выхода |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Прагматический аспект | Семантический аспект | Синтаксический аспект |
| Д – декодируемость – 4 Н – небанальность – 3 Р – релевантность – 4 | описание + оценка + предписание+ норма – | S= dddvdpn (Формула текста) |

3. Прочитав текст, оцените прагматические его показатели по пятибалльной системе. Заполните первую колонку карточки

4. Оцените текст по абзацам: в каждом на полях проставьте обозначение вида информации, который содержится в данном абзаце. Это анализ семантического аспекта и выделение элементов сообщения. Виды и типы информации, и их обозначения даны в таблице. Заполните вторую колонку карточки.

5. Исходя из выделенных элементов в п. 2 составьте формулу текста, которая отражает порядок расположения элементов в материале. Это синтаксическая характеристика текста. Заполните третью колонку.

6. Сделайте выводы, в которых отразите основные характеристики текстов, в соответствии с наличием тех или иных выделенных вами элементов информации.

7. Ответьте на контрольные вопросы.

Контрольные вопросы:

1. В чем специфика прескриптивной информации?
2. Каковы условия информативности журналистского текста?
3. В чем заключается небанальность журналистской информации?
4. Как может быть представлена валюативная информация в журналистском тексте?
5. Что такое соотношение элементов внутренней структуры информации? В чем это соотношение выражено в тексте?

Лабораторная работа 2

Цех писателей новостей

Вид работы: обобщающая, исследовательская

Цель работы: выявить специфику работы журналистов с новостями в разные периоды развития медиасистем.

Задачи работы:

1. Определить специфику работы с новостями аввизатори.
2. Смоделировать цех писателей новостей.
3. Провести сравнительный анализ моделей работы с новостями в разные периоды развития СМИ.

Задание: разработать и сравнить модели работы журналистов с новостями в разные периоды развития СМИ.

Информационные ресурсы:

Корконосенко С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение: учебное пособие / С.Г. Корконосенко. – М.: Логос, 2010. – 248 с.

Коханова Л.А. Основы теории журналистики: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 'Журналистика' / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 536 с.

Пельтек Е. Пишите – не пишите. Психологическое руководство для авторов по работе с текстом и собой / Е. Пельтек. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 240 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект-Пресс, 2011. – 351 с.

Методика и порядок выполнения:

1. Изучите особенности работы с новостями первых профессиональных писателей новостей, ориентированных на сборе и обработке информации – аввизатори (awisatori, итал. вестник, приносящий новости). Опишите особенности цеха профессиональных собирателей новостей. Составьте модель знаний, которые были необходимы аввизатори. Оформите как заметки.

2. Составьте модель цеха писателей новостей, описав при этом формы работы средневекового журналиста. Оформите это описание в формате эссе.

3. Подготовьте модель знаний современного журналиста с учетом особенностей современных медиасистем. Оформите как публицистические заметки.

4. Сравните в произвольной форме две подготовленные вами модели знаний – аввизатори и современного журналиста – при этом отразите специфику данной деятельности в средние века и на современном этапе.

5. Сделайте выводы по проделанной работе, в которых отразите основные изменения, которые произошли в журналистской деятельности и в целом в журналистике на современном этапе и какие знания / компетенции стали остро необходимы современному журналисту.

6. Ответьте на контрольные вопросы.

Контрольные вопросы:

1. Как определяется новость?

2. Какие компетенции необходимы журналисту для работы с новостями?

3. В чем специфика работы с новостями современного журналиста?

4. Как влияют новые технологии на работу с новостями журналиста?

5. Какие новые формы работы журналиста отличают современные медиапрактики?

Лабораторная работа 3

Журналист в поиске информации:

Моделирование процесса информационного поиска

Вид работы: бригадно-лабораторная

Цель работы: сформировать умения поиска информации в локализованном информационном поле (пространстве информации).

Задачи:

а) собрать наибольшее число информационных поводов за оговоренный ранее временной период в локальном поле – вузовские события за неделю;

б) классифицировать собранные поводы и перевести их в форму информации, охарактеризовав ее по обозначенным критериям;

в) отобрать наиболее успешные в информационном отношении информационные материалы и распределить их по степени значимости и географии влияния;

г) смоделировать систему поиска информации для локального информационного поля.

Задание: составить модель процесса информационного журналистского поиска на тему: «ВУЗ: информационные портреты».

Информационные ресурсы:

Коханова Л.А. Основы теории журналистики: учебное пособие / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 536 с.

Мисонжников Б.Я. Введение в профессию: журналистика: учеб. пособие для академического бакалавриата / Б.Я. Мисонжников, А.Н. Тепляшина. – 3-е изд., доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 190 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект-Пресс, 2011. – 351 с.

Методика и порядок выполнения

1. Подготовительный период. Разбиться на производственно-эвристические группы – не более пяти человек каждая и в течение недели заранее собрать все информационные поводы в пространстве информации ВУЗа. Отобразить эти поводы в письменной форме.

2. Работа в группах в аудитории. Каждая группа составляет свою классификацию информационных поводов, разграничивая их по: масштабу воздействия; степени объективности; актуальности; соответствию аудиторным интересам. Классификации необходимо занести в таблицу-матрицу. Образец таблицы прилагается.

Вы можете предложить оригинальный вариант таблицы-матрицы информационных поводов.

Образец таблицы-матрицы 1

| <i>Наименование признака классификации</i> | <i>1 группа информационных поводов</i> | <i>2 группа информационных поводов</i> | <i>3 группа информационных поводов</i> |
|--------------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|
| Масштаб воздействия | | | |
| Объективность | | | |
| Актуальность | | | |
| Прагматизм | | | |

3. Создайте в группе «Дерево информации», в котором отразите процесс распределения информационных поводов по изданиям, в зависимости от признаков классификации. Издания выбирайте произвольно (это могут быть как печатные, так и электронные/цифровые СМИ).

4. Постройте графическую модель системы поиска информации для локального информационного поля, в которой отразите особенности поиска информации.

5. Защитите (презентуйте) данную модель и выведите формулу сбора информации в условиях локальных информационных полей.

6. Сделайте выводы по работе.
7. Ответьте на контрольные вопросы.

Контрольные вопросы:

1. Что такое информационное поле?
2. Что такое информационный повод?
3. Чем информационный повод отличается от оперативного?
4. Какие факторы влияют на отбор информационных поводов для того или иного издания?
5. Что влияет на отбор информации для локального информационного поля?

Лабораторная работа 4

**Реализация основных функций
в практической деятельности СМИ**

Вид работы: исследовательская

Цель работы: определить механизм реализации основных функций СМИ в изданиях разного типа.

Задачи:

- а) разработать критерии оценки реализации функций средствами массовой информации общенационального и регионального уровней распространения;
- б) обозначить элементы функциональной модели общенационального СМИ и методы их реализации;
- в) обозначить элементы функциональной модели регионального СМИ и методы их реализации;
- г) сопоставить модели реализации функций общенационального и регионального СМИ.

Задание: сопоставить функциональные модели средств массовой информации общенационального и регионального уровня.

Информационные ресурсы:

Коханова Л.А. Основы теории журналистики: учебное пособие / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 536 с.

Мисонжников Б.Я. Введение в профессию: журналистика: учеб. пособие для академического бакалавриата / Б.Я. Мисонжников, А.Н. Тепляшина. – 3-е изд., доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 190 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект-Пресс, 2012. – 351 с.

Теория журналистики в России: Коллективная монография / Под ред. С.Г. Корконосенко. – СПб: Алетейя, 2018. – 255 с.

Методика и порядок выполнения:

1. Выберите произвольно два СМИ общенационального и регионального уровня распространения. Внимательно изучите выпуски СМИ в течение недели, подготовив блокнот, в котором отразите основные функции, реализуемые изучаемым СМИ.

2. Разработайте критерии оценки реализации функций в СМИ разного уровня. Для этого выделите основные функции СМИ и рассмотрите соответствие их основным выступлениям СМИ за обозначенный период времени. Опишите: какие оценки даются в материалах СМИ, решению какой задачи соответствуют эти оценки и т.д. В итоге у вас получится перечень критериев, которые вы будете использовать при описании механизма реализации функций. Результаты занесите в таблицу по образцу 1. Где ОФ-общенациональное СМИ, а Р – региональное.

Образец 1

| Критерий реализации функций | Наименование СМИ (1- ОФ) | Наименование СМИ (2-Р) | Средства реализации |
|-----------------------------|--------------------------|------------------------|---------------------|
| Характер оценки события | | | |
| | | | |

3. Опишите механизм и особенности реализации функций общенациональным СМИ.

4. Опишите механизм и особенности реализации функций региональным СМИ.

5. Сравните механизмы реализации функций по критериям, которые выделите самостоятельно. Определите общее и особенное.

6. Сделайте выводы, в которых отразите результаты сравнения механизмов реализации функций в изучаемых СМИ и попытайтесь определить факторы, влияющие на эффективность реализации той или иной функции в СМИ разного уровня распространения.

7. Ответьте на контрольные вопросы.

Контрольные вопросы:

1. Как определяется функция массмедиа?
2. Определите формы реализации функций СМИ.
3. Какие функции на современном этапе занимают ведущее положение в СМИ?
4. Что такое полифункциональность СМИ?
5. Что влияет на выбор СМИ функциональной модели?

Лабораторная работа 5

**Формы проявления социальной позиции журналиста
и специалиста по связям с общественностью:**

сопоставительный анализ

Вид работы: бригадно-лабораторная

Цель работы: определить особенности социальной функции журналиста и специалиста по связям с общественностью.

Задачи:

- а) провести анализ понятий «социальная позиция журналиста» и «социальная позиция специалиста по связям с общественностью»;
- б) определить критерии проявления социальной позиции журналиста и специалиста по связям с общественностью;
- в) опросить практиков-журналистов и PR-специалистов, используя методику глубинного интервью, на предмет проявления социальной позиции;
- г) выявить формы проявления социальной позиции;
- д) построить матрицы социальной позиции журналиста и специалиста по связям с общественностью и сопоставить их по критериям.

Задание: сопоставить формы проявления социальной позиции журналиста и специалиста по связям с общественностью в условиях публичных коммуникаций.

Информационные ресурсы:

Ворошилов В.В. Журналистика / В.В. Ворошилов. – М.: КноРус, 2020. – 492 с.

Жильцова О.Н. Связи с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 337 с.

Корконосенко С.Г. Введение в журналистику / С.Г. Корконосенко. – М.: КноРус, 2021. – 270 с.

Основы журналистики / С.Г. Корконосенко и др. – М.: Юрайт, 2019. – 332 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 351 с.

Методика и порядок выполнения

Важно! Работа выполняется в исследовательских группах, составом 3–5 человек.

1. На основании анализа теоретической литературы (см. информационное обеспечение) определите рабочие понятия, которые вы будете в дальнейшем использовать в процессе работы: понятие «социальная позиция журналиста» и понятие «социальная позиция PR-специалиста».

2. Сопоставьте эти понятия и определите критерии оценки социальной позиции журналиста и PR-специалиста. Критерии занесите в таблицу.

Таблица

| <i>Критерии оценки социальной позиции</i> | <i>Социальная позиция журналиста</i> | <i>Социальная позиция PR-специалиста</i> |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Наименование критерия | Особенности проявления в журналистике | Особенности проявления в связях с общественностью |
| Наименование критерия и т.д. | И т.д. | И т.д. |

3. На основании выделенных критериев составьте анкету-опросник (или перечень вопросов), которую используйте в интервью с практиками-журналистами и PR-специалистами. Заранее подготовьтесь к этим интервью: определите кандидатуры (не менее пяти); договоритесь о времени проведения интервью; подготовьте материалы, в которые вы будете вносить результаты интервью – диктофоны, опросные листы и т.д.; определите место (локацию), где вы будете проводить интервью; распределите роли при интервьюировании.

4. Проведите интервью. Зафиксируйте результаты всех проведенных интервью, выбрав для этого наиболее удобную форму.

5. Определите по результатам интервью, какие формы проявления социальной позиции журналистов и PR-специалистов наиболее активно используются на практике, от каких факторов они зависят и каковы тенденции их развития.

6. На основании проведенного теоретического и экспериментального исследования постройте модели социальной позиции журналиста и PR-специалиста, в которых отразите критерии проявления социальной позиции, формы, условия и тенденции развития социальной позиции. Форма произвольная.

7. Проведите сравнительный анализ матриц и сделайте на основании его выводы о специфике проявления социальной позиции в публичной сфере в двух видах деятельности: журналистике и связях с общественностью.

8. Ответьте на контрольные вопросы.

Контрольные вопросы:

1. В чем проявляется социальная функция журналиста?
2. Как формируется социальная позиция журналиста?
3. Каковы факторы, влияющие на социальную позицию журналиста?
4. Как формируется социальная позиция PR-специалиста?
5. Каковы тенденции развития социальной позиции журналиста?

Лабораторная работа 6

Восприятие новостей в системе СМИ:

специфика печати, радио, телевидения, Интернет

Вид работы: *исследовательская, бригадно-лабораторная*

Цель работы: выявить специфику восприятия новости в зависимости от того, какой канал использован для ее передачи.

Задачи:

а) провести обзор новостей за неделю, параллельно передававшихся и/или опубликованных в печатных СМИ, на радио, телевидении и в Интернет (образец обзора и методика работы над ним даны в Приложении 1 к лабораторному заданию);

б) провести опросы фокус-групп с целью раскрыть особенности восприятия новости на радио, телевидении и в печати (методика фокус-группы дана в Приложении 2 к лабораторному заданию);

в) обозначить специфику «говорящей» новости и напечатанной новости, провести их сравнительный анализ по критериям.

Задание: определить специфику новостей в разных средствах массовой информации.

Информационные ресурсы:

Ворошилов В.В. Журналистика / В.В. Ворошилов. – М.: КноРус, 2020. – 492 с.

Корконосенко С.Г. Введение в журналистику / С.Г. Корконосенко. – М.: КноРус, 2021. – 270 с.

Кузин С. Человек медийный. Технологии безупречного выступления в прессе, на радио и телевидении / С. Кузин, О. Ильин. – М.: Альпина Диджитал, 2011. – 320 с.

Основы журналистики / С.Г. Корконосенко и др. – М.: Юрайт, 2019. – 332 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 351 с.

Шостак М.И. Новостная журналистика. Новости прессы: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М.И. Шостак. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 237 с.

Методика и порядок выполнения

Важно! Работа проводится в исследовательских группах 3–5 человек.

1. Проведите обзоры новостей, выбрав для этого региональные СМИ: газету, радиоканал, телеканал, интернет-издание. Обзоры должны охватывать события не менее чем за неделю. Обзоры оформите в текстовом формате.

2. Выделите одинаковые информационные поводы, переданные по разным каналам МИ, и сопоставьте формы и специфику их передачи. Результаты сопоставления занесите в таблицу по образцу 1.

3. Проведите исследования особенностей восприятия разных новостей в фокус-группах, в которых отследите специфику радио, телевизионной и печатной новости: особенности ее воздействия и восприятия (методика фокус-группы дана в Приложении 2 к лабораторной работе).

4. Составьте сводную таблицу отличия воздействия и восприятия печатной, радио и телевизионной новости и обозначьте эффективность каждой из них. Сводная таблица составляется произвольно.

5. Подведите итоги в коротком резюме, где обозначьте отличия новостных форм в системе массовой информации.

6. Ответьте на контрольные вопросы.

Образец 1.

| <i>Наименование информаци- онного повода</i> | <i>Формы подачи (канал)</i> | | | | <i>Специфика подачи (канал)</i> | | | |
|------------------------------------------------------|---------------------------------|----|--------|----------|-------------------------------------|----|--------|----------|
| | РВ | ТВ | Печать | Интернет | РВ | ТВ | Печать | Интернет |
| Информацион- ный повод 1 | | | | | | | | |
| Информацион- ный повод 2 | | | | | | | | |
| Информацион- ный повод 3 и т.д. | | | | | | | | |

Контрольные вопросы:

1. Как определяется специфика печатной новости?
2. Что отличает новость на радио?
3. Какие специфические черты можно выделить при работе с новостями на телеканале?
4. Какие события воспринимаются аудиторией как универсальные?
5. Что выделяется в передаче интернет-новости?

Приложение 1

Методика проведения информационного обзора СМИ

Обозрение событий, отраженных в средствах массовой информации, требует определенного навыка. Прежде всего, вам необходимо сформировать и совершенствовать навык определения качества фактов и событий. Когда вы читаете, слушаете или смотрите новости по самым различным медиаканалам, включая средства массовой информации, то первое, на что следует обратить внимание – это соответствие новостей потребностям и интересам аудитории.

Конечно, выделить и тем более представить в виде системы эти потребности и интересы на первых порах не очень просто. Однако, определяя качество самих новостей, вы сможете определить и то, насколько эти новости интересны и важны для аудитории. Здесь пригодится и ваш опыт зрителя, слушателя, читателя. Для этого он должен быть постоянным, то есть читать газеты и журналы, слушать радиопрограммы и смотреть телевизионные каналы необходимо регулярно. Это должно стать привычкой. Тогда и оценка информационной картины будет более органичной. Есть несколько ориентиров, которые могут помочь вам в этом.

Для начала вам необходимо привыкнуть к тому, что потом будет называться ежедневным знакомством с информацией. Эта информация поступает к вам из газет, радио и телепрограмм, журналов и интернет-изданий. Вы, по возможности, каждодневно эту информацию

ищите (ищите сами) для того, чтобы сформировать представление (сначала свое собственное) о событиях сегодняшнего, а также и завтрашнего дня – *повестку дня*. Это будет определять для вас первую задачу: чтобы понять, какая информация наиболее важная, необходимо отследить как можно большее число информационных блоков (выпусков новостей, страничек новостей).

Далее. Есть такой принцип – принцип *повторяемости сообщений*. Это значит, что наиболее важные сообщения (рассказы о событиях, фактах, интересных людях и конфликтах) повторяются в разных средствах массовой информации. Именно поэтому можно судить о том, насколько важна для общества та или иная информация. Повторы могут быть одновременными (когда информация об одном и том же событии повторяется в разных СМИ в одно и то же время – за сутки, вечер, за два-три часа и т.д.). Повторы могут быть тематическими (когда информация об одном и том же событии приобретает в разных изданиях разные тематические оттенки – это может быть разность взглядов на одно и то же событие и представленные разные мнения об этом событии). Итак, чем чаще повторяется информация о том или ином событии в разных по направленности СМИ, тем более вероятно, что эта информация наиболее важна и ценность ее высока.

Информация может считаться наиболее ценной и важной, когда отклики на нее встречаются на самом высоком уровне. Чем *разнообразнее уровень* участвующих в оценке событий людей, тем более вероятности, что эта информация важна. Есть еще критерий *актуальности*, который затрагивает наибольшую значимость информации для наибольшего числа представителей населения страны или региона. Этот критерий также поможет вам определить, какая информация на сегодняшний день заслуживает внимания.

Определив важность информации, вы можете двигаться далее по пути исследования журналистской информации, опубликованной в конкретных СМИ. Теперь ваша задача в том, чтобы, опираясь на модель конкретного издания (радио и телепрограммы), опреде-

литель, что наиболее характерно для этого издания, как оно представляет читателям, слушателям, зрителям то или иное информационное сообщение. Здесь также существует множество критериев оценки информации. Это может быть критерий *разнообразия информации*, когда издание предоставляет потребителю наибольшую по объему и оценкам информацию. Это может быть критерий *объективности информации*, когда издание предоставляет разные по направленности картины события и их оценки, рисуя тем самым его объективно. Это может быть критерий *оперативности*, когда издание предоставляет информацию о событиях, которые произошли или происходят в ближайшее время. В СМИ это сопровождается такими временными характеристиками, как слова «вчера», «сегодня», «завтра». Это особенно важно по отношению к позициям «сегодня» и «завтра». Используя эти обозначения времени совершения события, можно управлять вниманием и корректировать его. Знание этих возможностей – необходимое условие деятельности журналиста.

Определив новость дня, сопоставив ее с другими новостями, можно приступить к оценке подходов, которые используют в подаче этой новости разные журналисты и разные издания.

Для того чтобы оценить качества подачи новости, необходимо проследить за разными формами подачи одной и той же новости в разных изданиях. Это тоже тесно связано с критериями, о которых мы уже говорили выше: актуальностью, оперативностью, объективностью, своевременностью.

Далее. Вам следует определить *тематику* выступлений журналистов того или иного издания, радио и телепрограммы, которые вы обзреваете, и попытаться ответить на вопрос: почему в этой программе (издании) собраны именно такие материалы, а не иные? Определено ли это личными интересами журналистов или это связано с какими-то другими причинами? Постарайтесь выявить эти причины и описать их.

Одной из заключительных задач может быть задача по определению наиболее яркого/популярного автора-журналиста, как автора наиболее востребованного материала издания за обозреваемый период. Вы проследите за этим именем и сможете ответить на вопрос: Какие особенности изложения или подачи новости выделяют этого журналиста из его собратьев по перу? А также и на другой вопрос: Какие характеристики присущи его новости?

Обзор прессы имеет определенный объем – это 2–3 страницы компьютерного текста через один интервал, кегль 12, поля: верхнее и нижнее – 2; левое – 2,5; правое – 1,5. Объем обозреваемой информации не должен быть менее недельного. Требуется точность изложения. Это значит, что необходимо избегать повторов и пересказов газетных и иных публикаций, а анализировать новостные материалы только исходя из тех критериев, которые выделены вами на основании вышеизложенного.

Примерная структура обзора такова:

1. За какой период вы просмотрели (прочитали, прослушали) то или иное СМИ?
2. Какова модель новостей данного СМИ. Что предпочитает СМИ, что можно ожидать от него, а чего в нем не хватает?
3. Сколько новостной информации (и какой) за обозреваемый период было опубликовано?
4. Какие центральные события были вам наиболее интересны? Какие не очень? Какие не заинтересовали совсем? Почему?
5. Как вы определяете главную новость недели? Как вы определяете главные новости дней? С чем связаны эти новости?
6. Какие авторы наиболее отличились в этом издании за обозреваемый период времени? Какие имена стали для вас узнаваемы и интересны?
7. Какой информации больше в данном издании: оценочной, описательной, управляющей или предписывающей? Почему?

8. Каково место данного издания в новостной картине мира (республики, страны, региона)?

Титульный лист информационного обзора СМИ оформляется согласно требованиям, предъявляемым такого рода работам, на нем должны присутствовать данные об авторе – исполнителе обзора, обозреваемом СМИ и временных рамках обзора.

Надеемся, что первый опыт обзоров средств массовой информации поможет вам ориентироваться в современном глобальном информационном пространстве.

Приложение 2

Методика проведения исследования методом фокус-группы

Фокус-группа – это социологический метод качественного анализа, в результате которого проводится групповое полустандартизированное интервью. Основная форма – групповая дискуссия. Такое интервью проводится для того, чтобы получить субъективную информацию о восприятии участниками дискуссии различных предметов и явлений действительности. Чаще всего – это продукты деятельности человека и сама деятельность.

В контексте теории журналистики метод фокус-группы используется для изучения деятельности средств массовой информации и их продукции, к которой относятся печатные, теле и радиоматериалы, интернет-тексты и иная публикаторская продукция.

Существует общепринятая процедура фокус-группы. Она включает в себя восемь основных этапов, следуя за которыми, вы наиболее полно используете потенциальные возможности данного метода и получите ценные результаты.

Первый этап: целепостановочный, на котором проводится постановка цели исследования. Здесь уместно ответить на три главных вопроса:

с какой целью проводится данное исследование?

какая информация необходима для получения?

для кого предназначена данная информация?

Второй этап: организационный, в результате которого осуществляется подбор участников групп. Число участников колеблется от 6 до 12 человек и предпочтительно, чтобы это были не знакомые друг с другом люди. Здесь действует правило – чем больше выборка, тем более достоверными и надежными могут быть результаты дискуссии. Чтобы пригласить человека для участия в фокус-группе, можно использовать различные способы. К ним относятся методы экспресс-интервью, позволяющие выявить степень годности кандидатуры для участия в дискуссии; методы телефонного опроса, а также метод «снежного кома», когда поиск кандидатов осуществляется через знакомых своих знакомых.

Третий этап – сценарно-плановый, включает в себя составление сценария работы и списка вопросов, которые будут обсуждаться. Оптимальное количество вопросов – не более 10. Это разные по форме вопросы: открытые и закрытые. Начинать целесообразно с открытых вопросов, а затем в конце дискуссии переходить к закрытым вопросам.

Четвертый этап – методический, включающий работу с дополнительными методиками, которые предполагается использовать в данном интервью. Чаще всего в фокус-группе используются проективные методики, которые позволяют стимулировать участников дискуссии, путем ряда ассоциаций, рисунков, психологических тестовых изображений.

Пятый этап – модераторский, связанный с работой руководителя фокус-группы. Руководитель должен быть активным и грамотным менеджером процесса дискуссии, позволять высказываться и уметь слушать, а главное – создавать доброжелательную психологическую обстановку, что способствует активности участников процесса.

Шестой этап – организационно-процессуальный, в рамках которого определяются место и время проведения данного исследования.

Седьмой этап связан с анализом и обработкой полученных результатов.

Восьмой этап – результативный, способствующий выбору формы представления результатов и окончательному их оформлению. В основном, результаты фокус-группы представляются в виде качественных оценок с примерами высказываний, так как это позволяет достаточно наглядно представить разброс высказываний и выявить особенности отношения к предмету дискуссии.

Работа в форме дискуссии продолжительна. В среднем, она может протекать в течение 2-3 часов. Но ее продолжительность зависит от целей, стоящих перед организаторами данного вида исследования.

Лабораторная работа 7

Типологическая лаборатория региональной периодики

Вид работы: *исследовательская*

Цель работы: освоить методы типологического анализа периодических изданий региона.

Задачи:

а) выделить критерии типологического анализа периодического издания региона;

б) проанализировать в соответствии с типологическими характеристиками одно из региональных периодических изданий;

в) обозначить особенности типологических характеристик данного периодического издания, зафиксировав их в графической модели издания.

Задание: составить типологический портрет регионального периодического издания (на выбор).

Информационные ресурсы:

Ворошилов В.В. Журналистика / В.В. Ворошилов. – М.: КноРус, 2020. – 492 с.

Корконосенко С.Г. Введение в журналистику / С.Г. Корконосенко. – М.: КноРус, 2021. – 270 с.

Основы журналистики / С.Г. Корконосенко и др. – М.: Юрайт, 2019. – 332 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 351 с.

Типология периодической печати: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / [М. Е. Аникина и др.]; под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 234 с.

Методика и порядок выполнения

I. Подготовительный этап. Познакомьтесь с деятельностью какого-либо СМИ региона (на выбор). Для этого посетите редакцию данного издания, познакомьтесь со структурой редакции и методами организации журналистского труда. Также отследите несколько выпусков издания за период не менее месяца. Выберите несколько выпусков (1–3) для предметного типологического анализа в условиях лаборатории периодических изданий.

II. Собственно-исследовательский этап.

1. В условиях лаборатории периодических изданий определите основные типологические черты данного издания, предварив их описанием общих характеристик издания. Для этого используйте схему описания:

- а) название издания;
- б) год основания;
- в) учредители;
- г) город (страна) основания;
- д) периодичность выхода;
- е) вид собственности;
- д) основные тематические направления;
- е) главный редактор;

ж) структура редакции (наименование отделов, тематических отделений и т.д.).

2. Составьте классификацию типологических признаков издания по вертикальному принципу, то есть в соответствии с административно-территориальным устройством региона. За основу берется не место издания, а обслуживаемая территория. Этот признак обозначьте – **регион распространения**.

3. Составьте описание издания по порядку его учреждения: согласно законодательству – регистрационному. Обозначьте отношение издания к группам влияния (частным собственникам, администрациям и т.д.). Этот признак обозначьте – **учредитель**.

4. Составьте описание издания в соответствии с характером информации, передаваемой им. Главным ориентиром здесь служат аудиторные запросы и удовлетворение изданием потребительских интересов. Этот признак обозначьте – **аудитория**.

5. Составьте описание издания с точки зрения качественности и массовости. Этот признак обозначьте – **качественность**.

6. Составьте описание издания с точки зрения издательских характеристик: периодичности, объема, техники производства и формата издания. Этот признак обозначьте – **издательские характеристики**.

III. Завершающий этап.

Результаты ваших исследований занесите в таблицу.

Таблица

Типологическая карточка СМИ (газеты, журнала и т.д.) наименование _____

| Главный редактор, форма собственности, год основания | Регион распространения | Учредители | Аудитория Сегмент рынка | Вид издания | Издательские характеристики |
|------------------------------------------------------|------------------------|------------|----------------------------|-------------|-----------------------------|
| | | | | | |

IV. Ответьте на контрольные вопросы.

Контрольные вопросы:

1. В чем специфика типологического анализа средств массовой информации?
2. Какие типформирующие факторы СМИ выделяются?
3. Каковы основы дифференциации структуры СМИ по характеру аудитории?
4. Какие факторы считаются организационными факторами СМИ?
5. Каковы основные тенденции развития современной системы СМИ России?

Лабораторная работа 8

Слагаемые редакторской, авторской и организаторской деятельности в журналистике: сравнительный анализ

Вид работы: *исследовательская*

Цель работы: закрепить понимание особенностей редакторской, авторской и организаторской деятельности в журналистике.

Задачи:

- а) определить специфику редакторской, авторской и организаторской деятельности в журналистике;
- б) проанализировать деятельность редактора СМИ по самостоятельно выработанным критериям;
- в) проанализировать деятельность журналиста-автора по самостоятельно выработанным критериям;
- г) проанализировать массовую работу СМИ по самостоятельно выработанным критериям;
- д) построить сравнительную матрицу видов деятельности в СМИ.

Задание: сравнить три вида деятельности, характерных для журналистики.

Информационные ресурсы:

Ворошилов В.В. Журналистика / В.В. Ворошилов. – М.: КноРус, 2020. – 492 с.

Корконосенко С.Г. Введение в журналистику / С.Г. Корконосенко. – М.: КноРус, 2021. – 270 с.

Основы журналистики / С.Г. Корконосенко и др. – М.: Юрайт, 2019. – 332 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 351 с.

Типология периодической печати: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / [М.Е. Аникина и др.]; под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 234 с.

Методика и порядок выполнения:

1. Определить критерии всех трех видов деятельности в журналистике: редакторской, авторской и организаторской. Для этого составить таблицу-матрицу на основе изучения форм и методик деятельности в журналистике. Таблица 1.

2. Определить произвольно персон, с которыми предстоит работать: редактора СМИ региона; журналиста-автора, работающего в СМИ региона.

3. На основании критериев, выделенных в п.1, рассмотреть деятельность редактора СМИ и журналиста-автора, выделяя в них редакторскую, авторскую и организаторскую компоненты. Это изучение может носить форму интервью или опроса, включенного наблюдения или эксперимента. По результатам этого исследования вы составляете сводную таблицу форм и методик деятельности журналистов по образцу. Таблица 2.

4. На основании анализа сводной таблицы вы строите матрицу видов деятельности в СМИ. Структура матрицы зависит от того количества форм и методик, которые были выделены вами в результате исследования и межличностных контактов с журналистами. Матрица имеет графическую и описательную формы. Графическая форма может быть воплощена в виде графика, схемы, рисунка и т.д.

5. Сделайте выводы по работе, в которых отразите характер видов деятельности в СМИ.

Таблица 1

| <i>Критерии деятельности в СМИ</i> | <i>Редакторская деятельность</i> | <i>Авторская деятельность</i> | <i>Организаторская деятельность</i> |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------|
| Наименование критерия 1 | В чем проявляется | В чем проявляется | В чем проявляется |
| Наименование критерия 2 и т.д. | | | |

Таблица 2

| <i>Виды деятельности в СМИ</i> | <i>Формы деятельности в СМИ</i> | <i>Методы деятельности в СМИ</i> | <i>Рейтинг вида деятельности</i> |
|---------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------|
| Редакторская деятельность | | | |
| Авторская деятельность | | | |
| Организаторская деятельность | | | |

6. Ответьте на контрольные вопросы

Контрольные вопросы:

1. В чем особенности авторской деятельности в журналистике?
2. Каковы основные функции журналиста как автора?
3. Каковы особенности редакторской деятельности в современном СМИ?
4. Как определяются функции литературного редактирования в журналистике?
5. Каковы современные характеристики организаторской деятельности современного СМИ?

Лабораторная работа 9

Журнал и газета в структуре системы СМИ: разработка информационной политики издания

Информационный проект

Вид работы: бригадно-проектная

Цель работы: разработать проект информационной политики печатного издания (газеты или журнала).

Задачи:

а) проанализировать печатную журналистику региона, дав типологические характеристики ведущим изданиям газетно-журнального направления;

б) выявить основные слагаемые концепции печатного СМИ, включая его информационную политику;

в) составить проект информационной политики виртуального СМИ (газеты или журнала).

Задание: выявить особенности информационной политики изданий в системе средств массовой информации региона.

Информационные ресурсы:

Ворошилов В.В. Журналистика / В.В. Ворошилов. – М.: КноРус, 2020. – 492 с.

Корконосенко С.Г. Введение в журналистику / С.Г. Корконосенко. – М.: КноРус, 2021. – 270 с.

Основы журналистики / С.Г. Корконосенко и др. – М.: Юрайт, 2019. – 332 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 351 с.

Типология периодической печати: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / [М.Е. Аникина и др.]; под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 234 с.

Методика и порядок выполнения:

Важно! Работа выполняется в исследовательских группах 3–5 человек, формирующихся произвольно студентами.

1. Определить тематику издания, концепцию которого будете разрабатывать.

2. Провести типологический анализ региональных печатных СМИ.

3. На основании типологического анализа составить мини-картотеку газетно-журнальных изданий региона и отобрать из них те (2–3), которые наиболее соответствуют тематике и направленности, принятой исследовательской группой.

4. Провести системно-концептуальный анализ отобранных СМИ, ориентируясь на их положение в региональной системе СМИ, популярность, степень оперативности и формы подачи информационных материалов. Составить карты концепции газеты и журнала. Форма произвольная.

5. На основании карт концепции составить обобщенные характеристики элементов, составляющих информационную политику печатного СМИ, где отразить: а) особенности печатного процесса передачи информации как визуального; б) особенности визуального восприятия информационных сообщений; в) особенности выработки тематической модели газеты или журнала; г) разнообразие (спектр) проблем, затрагиваемых изданием; д) качество информации, производимой изданием; е) направленность издания. Эти характеристики занести в таблицу-матрицу произвольно.

6. Используя обобщенные характеристики информационной политики печатного СМИ составить проект информационной политики виртуального СМИ, разработав его название, логотип, слоган, рубрику, тематические направления и особенности подачи новостей. Оформить проект как информационную политику СМИ, обязательно включив в него: резюме, введение, маркетинг проекта.

6. Ответьте на контрольные вопросы.

Контрольные вопросы:

1. Как определяется информационная политика издания?
2. В чем состоит особенность проектирования информационной политики современного издания?
3. Каковы основные этапы разработки информационной политики издания?
4. Что включает в себя концепция издания?
5. Какие особенности работы издания на медиарынке следует учитывать при разработке информационной политики издания?

Лабораторная работа 10

Свойства журналистского произведения как факторы эффективности

Вид работы: исследовательская

Цель работы: выделить основные приемы и методы, используемые журналистом в тексте при изложении информации, обозначив их как свойства журналистского текста.

Задачи:

- а) проанализировать тексты ведущих журналистов региона, дав факторные характеристики приемам и методам изложения информации;
- б) выявить основные свойства журналистских текстов как факторы их эффективности в контексте информационной политики издания;
- в) описать эффекты и эффективность как сторону результативности журналистского творчества.

Задание: выявить свойства журналистского произведения и описать их как факторы, влияющие на эффективность журналистской деятельности.

Информационные ресурсы:

Иванова Л.В. Основы журналистской деятельности: базовые характеристики журналистского произведения: учеб.-метод. пособие / Л.В. Иванова. – Тольятти: Изд-во ТГУ, 2012. – 130 с.

Ким М.Н. Основы творческой деятельности журналиста / М.Н. Ким. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с.

Лазутина Г.В. Основы журналистской деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата / Г.В. Лазутина. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 212 с.

Современный медиатекст: учебное пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.

Методика и порядок выполнения:

1. Выберите для анализа 3 журналистских произведения, опубликованных в газете, журнале или интернет-издании. Объем каждого текста должен составлять не менее 300 строк.

2. Обозначьте свойства журналистского текста, влияющие на его эффективность. Выпишите эти свойства в таблицу 1. Это будут критерии оценки журналистских произведений с учетом их эффективности.

3. Проанализируйте выбранные вами тексты на предмет проявления в них свойств, влияющих на эффективность. Заполните таблицу 2.

4. Напишите небольшое по объему эссе о путях достижения журналистом популярности по результатам проведенного анализа журналистских текстов. Главной идеей в данном эссе является выражение: достижение популярности является важнейшим путем к эффективности.

5. Сделайте выводы по проделанной работе, сравнив при этом степени проявления свойств в каждом журналистском произведении.

Таблица 1

Свойства журналистского текста, влияющие на его эффективность

| <i>Свойства/ Критерии оценки</i> | <i>Общая характеристика свойства/критерия</i> | <i>Формы проявления в журналистике</i> |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| 1. Близость /Степень близости с аудиторией | | |
| 2. И т.п.... | | |

**Проявление свойств, влияющих на эффективность
в журналистских текстах**

| <i>Текст: название, автор, издание, дата публикации, объем</i> | <i>1 критерий (наименование)</i> | | <i>2 критерий (наименование)</i> | | <i>3 критерий (наименование)</i> | |
|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------|------------------------------------------|---------------|------------------------------------------|---------------|
| | <i>Форма проявления в тексте</i> | <i>Пример</i> | <i>Форма проявления в тексте</i> | <i>Пример</i> | <i>Форма проявления в тексте</i> | <i>Пример</i> |
| | | | | | | |

6. Ответьте на контрольные вопросы.

Контрольные вопросы:

1. Какие основные подходы применяются для анализа медиатекста?
2. В чем особенность современного медиатекста?
3. Как реализуются функции современного медиатекста?
4. Как определяется творческий фактор эффективности?
5. В чем специфика авторских подходов к созданию медиатекста?

Лабораторная работа 11

Изучение профессиональных качеств личности журналиста

Вид работы: бригадно-исследовательская

Цель работы: освоить качественные характеристики и требования, предъявляемые к личности журналиста.

Задачи:

- а) провести опрос среди работников СМИ о качествах личности журналиста;
- б) составить типовое описание требований, предъявляемых журналисту на примере конкретного СМИ;
- в) обобщить требования к журналисту и составить на этой основе типовую модель личности журналиста.

Задание: построить типовую модель личности журналиста.

Информационные ресурсы:

Иванова Л.В. Основы журналистской деятельности: базовые характеристики журналистского произведения: учеб.-метод. пособие / Л.В. Иванова. – Тольятти: Изд-во ТГУ, 2012. – 130 с.

Ким М.Н. Основы творческой деятельности журналиста / М.Н. Ким. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с.

Лазутина Г.В. Основы журналистской деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата / Г.В. Лазутина. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 212 с.

Методика и порядок выполнения:

Важно! Данная работа выполняется в исследовательских группах, которые формируются произвольно (3–5 человек).

1. Выберите редакцию регионального СМИ, которое будет объектом вашего исследования.

2. Составьте на основании анализа теоретического материала опросник, в котором отразите основные профессиональные качества личности журналиста и принципы его поведения.

3. Опросите представителей редакции СМИ, согласно составленному опроснику.

4. Подведите итоги опроса. По итогам составьте сводную таблицу-матрицу профессиональных качеств личности журналиста.

5. На основании выделенных качеств составьте модель личности журналиста, которую оформите в двух вариантах: вербальном и графическом.

6. Сравните качества, включенные в типовую модель, со своими качествами и сделайте вывод о готовности к работе журналистом.

7. Ответьте на контрольные вопросы.

Контрольные вопросы:

1. Как определяется профессиональная компетенция журналиста?

2. Какие компетенции журналиста отвечают требованиям развития современной медиасистемы?

3. В чем особенность проявления профессиональных качеств журналиста в современном медиаполе?

4. Какие особенности выделяются при работе журналиста в команде?

5. Как влияет творческий коллектив на формирование профессиональных качеств журналиста?

Раздел 4

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

4.1. Реферативное исследование

Реферативное исследование – одна из форм самостоятельной работы студента по данному курсу. Это исследование, которое студенты проводят в течение всего периода изучения курса и представляют в конце курса в электронном формате. Реферативное исследование – вид самостоятельной работы студента, результаты которой представляются в письменной форме. Основное назначение этого вида учебного произведения – показать эрудицию студента-первокурсника по одному аспекту темы курса, отражающему практическую сторону познавательной активности студента.

В реферативном исследовании демонстрируется умение самостоятельно мыслить, находить, анализировать и обобщать имеющуюся у студента информацию по данному аспекту, умение выделять наиболее существенные признаки издания (СМИ), а также умение концентрировать внимание на важнейших моментах деятельности журналистов и в целом редакционных коллективов.

Методика проведения реферативного исследования

Обучающимся на первом курсе рекомендуется подготовить реферативные исследования, в основе которых лежат обзорные характеристики теоретических источников, которые и являются собственно объектом изучения студентов. Теоретические источники подбираются студентом самостоятельно, их должно быть не менее пяти.

Особенность реферативных исследований по данному курсу в том, что в качестве эмпирических источников здесь выступают средства массовой информации, редакционные документы и иные материалы, обеспечивающие и сопровождающие деятельность СМИ

(Эмпирический – основанный на опыте, изучении фактов, опирающийся на непосредственное наблюдение, эксперимент).

Предлагается следующий план реферативного исследования:

1. Титульный лист (оформляется по образцу).

2. Содержание (включает перечень всех частей реферативного исследования с указанием начальных страниц расположения в тексте). Пример:

Содержание

| | |
|-----------------------------------------------------|----|
| Введение..... | 3 |
| Раздел 1. Особенности новых медиа..... | 5 |
| Раздел 2. Новые медиа как формат современных СМИ... | 8 |
| Заключение..... | 10 |
| Список использованной литературы..... | 11 |

3. Введение, в котором следует отразить такие позиции:

актуальность исследования (актуальность выбранной темы), которая заключается в понимании и объяснении того факта, почему данная тема является важной для изучения, почему автор выбрал именно эту тему для изучения, а также на какие современные запросы общества отвечает данная тема и какую важную проблему из научной области она раскрывает (объем обоснования актуальности исследования составляет 500–1000 знаков с пробелами);

цель работы – определяете и формулируете основной результат вашего исследования, чего вы хотите достичь в результате проведенного исследования, формулировка цели может/должна содержать глаголы – выявить, определить, обозначить и т.д., которые обозначают законченность действия;

задачи работы – путь к достижению цели, ступени, которые способствуют формированию представления о ходе исследования, задач должно быть не менее трех;

теоретическая база исследования – описание теоретических источников, которые использовались в ходе исследования и на которые автор опирался при работе над темой;

эмпирическая база исследования – те материалы медиапрактики (реальных СМИ), которые подвергались анализу в реферативном исследовании;

структура исследования – краткое описание общей структуры работы, частей, из которых оно состоит.

4. Основная часть является основой реферативного исследования, она содержит до 80 % всего содержания работы. В основной части описываются полученные результаты и делаются выводы. Она должна точно соответствовать содержанию, то есть той схеме реферата, отраженной на второй странице работы. Основная часть должна быть структурирована, состоять как минимум из двух разделов, каждый из которых имеет свой заголовок. Внутри каждого раздела раскрывается основная идея, теоретическое и прикладное значение темы-задания реферативного исследования; спорные вопросы – проблемы – в определении характеристик и свойств предмета исследования; новые публикации по освещению данной проблемы; перспективы развития проблемы. Разделы должны быть примерно одинаковыми по объему.

В основной части обязательно используются сноски на теоретические и эмпирические источники. Сноски оформляются постранично с постраничной же нумерацией. Сноска формируется путем выбора опции «Ссылки»: Ссылки – Вставить сноску АВ¹. Оформление сноски несколько отличается от библиографического описания источника. Пример:

¹Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М., 2019. С.23.

Раздел завершается своеобразным выводом, в котором прописываются итоги проделанной теоретико-аналитической работы.

5. *Заключение*, в котором подводятся основные итоги реферативного исследования, представляются полученные результаты, де-

лаются обобщения, акцентируется внимание на том, что нового выявлено автором реферативного исследования.

6. *Список использованной литературы* содержит библиографический список всех источников, использованных при написании реферативного исследования, их должно быть не менее пяти, они должны располагаться по алфавиту и быть оформлены в соответствии с ГОСТ Р 7.0.100-2018

(<http://protect.gost.ru/v.aspx?control=8&baseC=6&page=0&month=1&year=2019&search=&RegNum=1&DocOnPageCount=15&id=224273>). Для реферативного исследования используется упрощенное оформление источников в библиографическом списке.

Образцы описаний по ГОСТ Р 7.0.100-2018

Описание книги с 1 автором

Колтухова И.М. Классика и современная литература: почитаем и подумаем вместе: учебно-методическое пособие / И.М. Колтухова. – Симферополь: Ариал, 2017. – 151 с. – Текст: непосредственный.

Описание книги с 2 авторами

Игнатьев С.В. Принципы экономико-финансовой деятельности нефтегазовых компаний: учебное пособие / С.В. Игнатьев, И.А. Мешков. – Москва: МГИМО (университет), 2017. – 145 с. – Текст: непосредственный.

Описание книги с 3 авторами

Варламова Л.Н. Управление документацией: англо-русский аннотированный словарь стандартизированной терминологии / Л.Н. Варламова, Л.С. Баюн, К.А. Бастрикова. – Москва: Спутник+, 2017. – 398 с. – Текст: непосредственный.

Описание книги с 4 авторами

Управленческий учет и контроль строительных материалов и конструкций: монография / В.В. Говдя, Ж.В. Дегальцева, С.В. Чужин, С.А. Шулелина; под общ. ред. В.В. Говдя; Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина. – Краснодар: КубГАУ, 2017. – 149 с. – Текст: непосредственный.

Описание книги с 5 и более авторами, под редакцией

Основы экономической теории. Политэкономия / Л.А. Воронцова, А.Д. Голижбин, О.А. Груздева [и др.]; под ред. Д.Д. Москвина. – Москва: Едиториал УРСС, 2003. – 527 с. – Текст: непосредственный.

Описание книги под редакцией

Бухгалтерский учет: учебник для вузов / под ред. П.С. Безруких. – Москва: Бухгалтерский учет, 2003. – 718 с. – Текст: непосредственный.

Описание официальных материалов

Об образовании в Российской Федерации: Федеральный закон N 273-ФЗ (редакция от 1 мая 2019 г.): [принят Государственной Думой 21 дек. 2012 г.: одобрен Советом Федерации 26 дек. 2012 г.]. – Текст: электронный // СПС КонсультантПлюс. – Режим доступа: локальный; по договору. – Обновление еженедельно.

Диссертации и авторефераты диссертаций

Аврамова Е.В. Публичная библиотека в системе непрерывного библиотечно-информационного образования: специальность 05.25.03 "Библиотечковедение, библиографоведение и книговедение": диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Аврамова Елена Викторовна; Санкт-Петербургский государственный институт культуры. – Санкт-Петербург, 2017. – 361 с. – Текст: непосредственный.

Описание статьи с 1 автором

Данилов Ю. Новая роль фондового рынка в России / Ю. Данилов. – Текст: непосредственный // Вопросы экономики. – 2003. – №7. – С. 44–56.

Описание статьи с 2 авторами

Черниченко Т. Приоритеты развития регионального потребительского рынка / Т. Черниченко, Л. Чирков. – Текст: непосредственный // Маркетинг. – 2003. – №2. – С. 35–45.

Описание статьи с 3 авторами

Чекмарева Е. Н. Финансовый рынок и политика денежных властей / Е.Н. Чекмарева, О.А. Лакшина, И.Л. Меркурьев. – Текст: непосредственный // Деньги и кредит. – 2003. – №7. – С. 42–46.

Описание статьи с 4 авторами

Финансовая интеграция как основа развития региональных рынков / М. Гуревич, Г. Господарчук, М. Малкина, Г. Петров. – Текст: непосредственный // Рынок ценных бумаг. – 2003. – №14. – С. 64–68.

Описание статьи с 5 и более авторами

Современное состояние и тенденции экономической эффективности развития сельского хозяйства Сибирского Федерального округа / Е. Афанасьев, Л. Тю, Е. Рудой [и др.]. – Текст: непосредственный // АПК: экономика, управление. – 2018. – С. 27–35.

Описание статьи из сборника научных трудов

Иванов А.И. Влияние систем удобрения на основе сапропеля на питательный режим дерново-подзолистых почв / А.И. Иванов, Д.А. Моисеев, Т.Г. Зуева. – Текст: непосредственный // Гумус и почвообразование: сборник научных трудов / Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург, 2002. – С. 64–66.

Описание статьи из сборника материалов научной конференции

Козлова Е.Н. Управление конкурентоспособностью и качеством продукции в условиях перехода к рынку / Е.Н. Козлова, Н.П. Залесова. – Текст: непосредственный // Биологические и технико-экономические проблемы в сельском хозяйстве: тезисы XXXIII научно-практической конференции, 2-3 апреля 1998 года, Великие Луки. – Великие Луки, 2000. – С. 222–224.

Сайты в сети Интернет

Правительство Российской Федерации: [официальный сайт]. – Москва. – Обновляется в течение суток. – URL: <http://government.ru> (дата обращения: 19.02.2018). – Текст: электронный.

eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека: [сайт]. – Москва, 2000. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 16.07.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст: электронный.

Статьи с сайтов

Порядок присвоения номера ISBN // Российская книжная палата: [сайт]. – 2018. – URL: <http://bookchamber.ru/isbn.html> (дата обращения: 22.05.2015). – Текст: электронный.

Книги из ЭБС

Барсуков Н.П. Цитология, гистология, эмбриология: учебное пособие / Н.П. Барсуков. – Санкт-Петербург: Лань, 2019. – 248 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com/book/113918> (дата обращения: 16.07.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Описание статьи из ЭБС

Татаринцев В.Л. Гранулометрический состав и почвообразование / В.Л. Татаринцев, Л.М. Татаринцев // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2013. – № 10. – С. 17–23. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/289237> (дата обращения 16.07.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

7. Приложение (если оно предусмотрено) – это не обязательная часть реферативного исследования, поэтому автор самостоятельно решает о включении этого раздела в состав работы.

Реферативное исследование представляется в электронном виде для рассмотрения и оценивания руководителем курса.

Объем реферативного исследования – минимум 10 страниц формата А4, набранных на компьютере. Параметры страницы: поля – верхнее и нижнее – 2 см, правое – 1,5 см, левое – 3 см; шрифт – 14 кегль, TNR, интервал – 1,5; абзац – 1,25 см. Каждая часть реферативного исследования начинается с новой страницы. Все страницы нумеруются, номер ставится по центру вверху страницы. Нумерация начинается с первой страницы (титула), номер на первой странице (титуле) не ставится.

Темы для самостоятельных реферативных исследований

1. Каким я представляю себе будущее средств массовой информации в регионе? (Форма – медиапроект).
2. Каковы результаты глобализации через внедрение в практику журналистов Интернета? (Форма – теоретический прогноз).
3. Как формируется инновационная среда журналистики? (Форма – медиапроект).
4. В чем отражается функциональная направленность журналистского текста? (Форма – контент-аналитическое исследование).
5. Какие факторы влияют на действенность журналистских выступлений в электронных медиа? (Форма – контент-аналитическое исследование).
6. Как осуществляется контроль за результативностью выступлений в СМИ? (Форма – теоретическое исследование).
7. Как определить эффективность воздействия радиоинформации? (Форма – теоретическое исследование).
8. Как воздействует журналистский текст на аудиторию? (Форма – функциональный анализ).
9. Каковы особенности деятельности телевизионного канала регионального уровня в полилингвистическом пространстве? (Форма – теоретическое исследование).

10. В чем отличия воздействия на аудиторию телевизионной информации? (Форма – теоретическое исследование).
11. Какие особенности воздействия отличают Интернет-издания? (Форма – теоретическое исследование).
12. В каких формах проявляется социальная позиция журналиста в процессе подготовки журналистского материала? (Форма – теоретическое исследование).
13. В чем особенность регионального информационного поля? (Форма – функциональный анализ).
14. Как формируется информационная политика современного печатного издания? (Форма – теоретическое исследование).
15. Как проявляется познавательная функция в современном журнале? (Форма - функциональный анализ).
16. Каковы юридические факторы свободы журналистской деятельности? (Форма – мини-эссе).
17. Какова роль журналистской информации в информационном обществе? (Форма – медиапрогноз).
18. В чем проявляются экономические факторы свободы журналистской деятельности в электронных медиа? (Форма – системный анализ).
19. Как пересекаются цели деятельности журналистов и PR-специалистов в период предвыборной кампании? (Форма – функциональный анализ).
20. По каким признакам журналистскую информацию относят к разряду социальной? (Форма – системный анализ).

4.2. Информационное проектирование: медиапроекты

Методическое руководство по организации и проведению индивидуальной (самостоятельной) работы по созданию информационного проекта (средства массовой информации)

Введение

Одной из форм самостоятельной работы студента по данной дисциплине является разработка и презентация информационного проекта в формате средства массовой информации. Эта работа выполняется в рамках лабораторного практикума самостоятельной работы «Информационное проектирование: медиапроекты».

Лабораторный практикум направлен на формирование и развитие компетенции по разработке информационной политики издания и концепции СМИ, и закрепляет и усиливает значение пройденного материала по темам курса: «Массмедиа и политика», «Системный подход к организации деятельности массмедиа» и «Результативность деятельности массмедиа».

Лабораторный практикум студенты проходят в двух форматах: в формате самостоятельной внеаудиторной работы по заданию преподавателя и в формате аудиторной самостоятельной работы по заданию преподавателя на практических занятиях. Лабораторный практикум длится 3 недели с 10 по 12 недели семестра. Разработанные проекты презентуются студентами на практическом занятии.

Цель и задачи самостоятельной работы по разработке информационного проекта

Целью является закрепление на практике компетенций разработки информационной политики издания и концепции СМИ.

Задачи:

– сформировать практические навыки оценки медиарынка на примере медиарынка Республики Татарстан или другого региона России/мира;

- усвоить особенности анализа аудитории как целевой при создании СМИ;
- приобрести опыт моделирования в сфере массовой информации в условиях реальной медиапрактики и на основе концептуальных принципов разработки информационной политики издания;
- сформировать навыки оценки медиапроектов.

Критерии оценки новостного ресурса

1. Владение приемами и принципами разработки информационной политики издания (наличие актуализации СМИ, его места в системе СМИ, определение конкурентов с четким обозначением (наименование и общая характеристика) определение целевой аудитории и ее основных характеристик, определение тематической специализации издания с подробным анализом семантического ядра проекта).

2. Владение принципами типологического описания проектируемого издания (определение формы собственности, специализации, географии распространения, учредительства, аудиторных характеристик, определения цели и задач издания, тематических особенностей – рубрики, проблематика, жанры на основе семантического ядра проекта).

3. Оформление и соблюдение сроков выполнения задания: представление в формате презентации, ее качество и ораторские способности при защите проекта.

Проект оценивается в баллах. Общая балльная оценка состоит из суммы оценок по критериям.

Оформление информационного проекта

Информационное проектирование представляет собой форму индивидуальной работы студента, целью которой является создание и презентация информационного ресурса для распространения в соответствующей аудитории.

В основе любого информационного проекта лежит процесс реализации идеи, содержащий программу осведомления об идее соответствующей аудитории, стимулирование интереса к этой идее на информационном уровне и с использованием информационных методов и средств, поддержание интереса к этой идее, путем создания системы информационных приоритетов и их превалирования на протяжении заданного времени.

Ваша идея связана с созданием новостной картины мира для обозначенной вами целевой аудитории.

Таким образом:

1. Формулируем идею;
2. Описываем аудиторию;
3. Описываем конкурентов, которые являются важным фактором развития проекта; здесь же обозначаем специфику проекта, его отличительные черты от представленных в медиасистеме продуктов;
4. Описываем типологические особенности проекта;
5. Выбираем методы и средства работы с жанровыми формами и соответствующей проблематикой;
6. Разрабатываем систему стимулов для аудитории, поддерживающих ее интерес;
7. Формируем систему информационных приоритетов (центральных тем и форм подачи).

Базис информационного проекта

Информационный проект – это особый жанр самостоятельной практико-исследовательской работы обучающегося, осуществляемый в рамках медиалаборатории изучаемого курса «*Информационное проектирование: медиапроекты*». Эта работа предполагает активизацию креативных способностей, вариативность тем, свободный выбор формы и проблемы медиапроекта, а также свободную форму изложения материала в проекте. Данная индивидуальная работа отличается

от всех других работ, выполняемых студентами, спецификой, которая отражает ее практико-профессиональный характер.

Информационный проект – разновидность медиапроекта – это форма индивидуального программного проектирования, которое предполагает разработку студентом проекта информационного ресурса (средства массовой информации), четкое определение его специфики, включая основную идею, выбор адекватных средств ее осуществления, а также планы или этапы ее реализации.

В основе такого проекта – обязательный анализ потребностей выбранного сегмента аудитории и мониторинг действующих СМИ с той нише медиасистемы, для которой запланирован выход будущего проекта.

Еще одна отличительная особенность информационного проекта – его реальный характер, привязанность к конкретной временной и территориальной информационной сфере и отражение в нем основных информационных проблем данной сферы.

Для осуществления информационного проектирования необходимо использование базисных понятий проекта. К ним относятся понятия:

- идея проекта (основа контента);
- источник информации;
- форма проекта;
- основа коммуникации в рамках проекта;
- семантическое ядро проекта.

Идея проекта (основа контента) заключается в предмете, отражаемом в информационном проекте. Она тесно связана с потребностями аудитории, в расчете на которую создается проект. Исходя из этих потребностей, формируется проблемно-тематическая структура проекта и осуществляется его планирование. Можно учесть понятие «***авторитет общественного мнения***» – безусловные и всеобщие идеи, ставшие аксиомами или стереотипами. К таким идеям относят как принятые обществом идеи, имеющие устойчивый имидж

(например идея гражданского общества, идея национального возрождения, идея свободного человека и т.д.), так и идеи-посредники, которые распространяются средствами массовой информации (например, идея информационного общества, социального государства и т.д.).

Источник информации определяется как объект или субъект, обладающий социально значимой информацией, компетентность которого не вызывает сомнений, и готовый поделиться ею.

Форма проекта – это локальная идея-образ, принятая автором как основная для создания информационного ресурса. Она зависит от канала передачи информации.

Важно! Вы можете создавать как печатные СМИ, так и радио и телеканалы, интернет-каналы, объединенные характеристиками, которые делают их средствами массовой информации – журналистскими продуктами.

Основа коммуникации в рамках проекта – это особенности взаимодействия с аудиторией вашего проекта с целью удовлетворения ее информационных потребностей.

Для этого необходимо:

- определить проблему, которая является центральной для информационного проекта;
- определить целевую аудиторию проекта;
- определить каналы коммуникации в рамках информационного проекта;
- сформулировать ключевые темы, которые лягут в основу повестки дня, формируемой проектом;
- выбрать приемы подачи информации, которые обеспечат декодируемость сообщений, передаваемых в результате реализации проекта.

Семантическое ядро проекта – понятие, связанное с продвижением проекта в сетевом пространстве коммуникаций. Оно определяется как набор слов и словосочетаний, отражающих тематику и структуру вашего информационного проекта (СМИ). Особенно это

важно, если вы создаете сетевое СМИ. Как вы знаете, семантика – это раздел языковедения, изучающий смысловую наполненность единиц языка, это значит, что, формируя семантическое ядро проекта, вы формируете смысловое его ядро.

Для чего важно составить смысловое ядро вашего будущего СМИ? Это необходимо, чтобы ответить на вопрос: какая информация в приоритете вашего издания. Этот вопрос важен и для вас, как разработчика информационной политики СМИ, этот вопрос важен и для вашей аудитории, которая будет искать ту или иную информацию в вашем СМИ. Если вы сначала проводите анализ интересов своей потенциальной аудитории, а затем на его основе создаете структуру СМИ, то вы сразу же работаете одновременно и над архитектурой и формируете основу СМИ. Если вы сначала планируете структуру вашего СМИ, то тогда вам предстоит распределить семантическое ядро по готовой проблемно-тематической модели СМИ.

В первом случае вы занимаете активную позицию, нацеленную на управление интересами аудитории – сами определяете, что хотите рассказывать потенциальным потребителям (аудитории).

Во втором случае вы подгоняете структуру СМИ под интересы (ключи) аудитории, оставаясь объектом, и реагируете на среду, а не активно ее меняете.

Этапы разработки проекта

Работа над проектом предполагает три этапа.

Первый этап – это выбор и формулировка темы-идеи. Как правило, идея проекта связана с теми проблемами, которые рассматривались в процессе изучения курса. На этом этапе определяется сегмент аудитории, для которой создается проект, вырабатывается методика освещения проблемных тем проекта. В результате у вас должна быть сформулирована тема, название проекта (название СМИ), описана актуальность темы проекта и его своевременность для медиасистемы.

Второй этап – определение целевой аудитории, изучение ее особенностей и анализ конкурентной среды проекта – то есть тех

реально существующих СМИ, которые будут составлять вашему проекту конкуренцию. Для этого необходимо провести мониторинг аудитории и сегмента медиасистемы, на который вы планируете выпустить ваш проект. Также обозначается специфика вашего проекта, которая поможет выделиться среди конкурентов. В результате должно получиться описание конкурентной среды проекта и его особенностей по сравнению с основными конкурентами с опорой на особенности целевой аудитории.

Третий этап – разработка плана контента проекта – его проблемно-тематической модели. Здесь вы можете представить рубрики и основные темы, которые планируете освещать в проекте, формы подачи материалов и авторский актив.

Композиция информационного проекта

Композиция информационного проекта включает в себя следующие элементы:

1. Титул (метаданные проекта: тема, автор, форма канала, сроки выполнения, год и место выполнения).
2. Резюме проекта.
3. Вводная часть, которая содержит краткое описание идеи проекта, актуальность и цель проекта, его задачи, основные источники.
4. Описание стратегии и тактики проекта: специфика, отличие от конкурентной среды и конкретных конкурентов, особенности целевой аудитории проекта, план контента проекта, описание типологических характеристик проекта. Особо важно четко прописать типологические характеристики разрабатываемого ресурса и его позиционирование в системе СМИ, обозначив конкурентов и специфику.
5. Основы информационной политики ресурса и проблемно-тематическая модель проекта.
6. Заключение, в котором содержится основной прогноз развития идеи проекта.

7. Приложения (если есть, сюда могут входить проспекты СМИ, макеты, пилотные выпуски, распечатки материалов и т.д.). Это пункт не является обязательным.

Презентация информационного проекта

Порядок защиты-презентации информационных проектов/новостных ресурсов основан на общих требованиях к процедуре защиты работ подобного типа.

Проектные работы защищаются публично на практических занятиях. Порядок защиты традиционный: для выступления слово предоставляется автору проекта, который в течение 10 минут излагает основные позиции своей работы, презентует ее с использованием компьютерных технологий. После ответов на вопросы начинается дискуссия, в которой принимают участие все присутствующие.

ЛИТЕРАТУРА

Ахмадулин Е.В. Основы теории журналистики / Е.В. Ахмадулин. – М.: Юрайт, 2019. – 358 с.

Баранова Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика / Е.А. Баранова. – М.: Юрайт, 2020. – 269 с.

Бережная М.А. Социальные проблемы в фокусе ТВ: учеб. пос. / М.А. Бережная. – СПб.: Высш. школа журналистики и мас. коммуникаций СПбГУ, 2017. – 192 с

Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации / Н.Н. Богомолова. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 191 с.

Викулова Л.Г. Коммуникация, Теория и практика. Учебник / Л.Г. Викулова, М.Р. Желтухина, С.А. Герасимова, И.В. Макарова. – М.: Восточная книга, 2020. – 336 с.

Волковский Н.Л. 111 баек для журналистов. – СПб.: Питер, 2013. – 208 с.

Волковский Н.Л. История информационных войн. В 2-х тт. Т.1 и Т.2. – СПб.: Полигон, 2003.

Ворошилов В.В. Журналистика / В.В. Ворошилов. – М.: КноРус, 2020. – 492 с.

Гоноцкая Н.В. Коммуникация в зеркале философии: Исследование проблемы взаимопонимания. История и современность. Истоки и перспективы / Н.В. Гоноцкая. – М.: URSS, 2019. – 158 с.

Жильцова О.Н. Связи с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 337 с.

Журналистика. Общество. Ценности / Под ред. В.А. Сидорова. – СПб.: Петрополис, 2012. – 448 с.

Иванова Л.В. Основы журналистской деятельности: базовые характеристики журналистского произведения: учеб.-метод. пособие / Л.В. Иванова. – Тольятти: Изд-во ТГУ, 2012. – 130 с.

Ильченко С.Н. Основы журналистской деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата / С.Н. Ильченко. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 311 с.

Информация и общественное мнение: от репортажа в СМИ к реальным переменам / под ред. Румин Ислам. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 294 с.

Калмыков А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков. – М.: РИА Института повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2009. – 84 с.

Ким Н.М. Жанры печатных и электронных СМИ. Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / Н.М. Ким, Е.М. Пак. – СПб.: Питер, 2020. – 448 с.

Ким М.Н. Основы творческой деятельности журналиста / М.Н. Ким. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с.

Киричек П.Н. Информационный процесс в системно-целевом измерении: лекция / П.Н. Киричек. – М.: Изд-во РАГС, 2008. – 30 с.

Кирия И.В. История и теория медиа: учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 423 с.

Колесниченко А.В. Основы журналистской деятельности: учебное пособие для вузов / А.В. Колесниченко. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 341 с.

Корконосенко С.Г. Введение в журналистику / С.Г. Корконосенко. – М.: КноРус, 2021. – 270 с.

Корконосенко С.Г. Теория журналистики. Моделирование и применение: учебное пособие / С.Г. Корконосенко. – М.: Логос, 2015. – 248 с.

Коротков А.В. Мировые информационные ресурсы: учебное пособие / А.В. Коротков, А.М. Кузьмин. – М.: МГИМО-Университет, 2012. – 92 с.

Коханова Л.А. Основы теории журналистики: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 'Журналистика' / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 536 с.

Кузин С. Человек медийный. Технологии безупречного выступления в прессе, на радио и телевидении / С. Кузин, О. Ильин. – М.: Альпина Диджитал, 2011. – 320 с.

Лазутина Г.В. Основы журналистской деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата / Г.В. Лазутина. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 212 с.

Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – М.: Кучково поле, 2003. – 464 с.

Медиасистема России: Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2020. – 454 с.

Мельник Г.С. Современная местная газета: типология, особенности функционирования и перспективы развития: учеб. пособие / Г.С. Мельник, А.Н. Тепляшина. – СПб., 2011. – 130 с.

Мисонжников Б.Я. Введение в профессию: журналистика: учеб. пособие для академического бакалавриата / Б.Я. Мисонжников, А.Н. Тепляшина. – 3-е изд., доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 190 с.

Неймарк М.А. Геополитика «мягкой силы»: опыт России / М.А. Наймарк. – М.: Дашков и К, 2022. – 350 с.

Основы журналистики / С.Г. Корконосенко и др. – М.: Юрайт, 2019. – 332 с.

Пельтек Е. Пишите – не пишите. Психологическое руководство для авторов по работе с текстом и собой / Е. Пельтек. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 240 с.

Политическая журналистика: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.Г. Корконосенко [и др.]; под редакцией С.Г. Корконосенко. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 319 с.

Политическая культура: Учебное пособие / Под ред. Г.Л. Тульчинского. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 324 с.

- Попов В.П.* Журналистика как «четвертая власть» / В.П. Попов. – М. : Лаборатория книги, 2012. – 107 с.
- Прозоров В.В.* Власть и свобода журналистики: учеб. пособие / В.В. Прозоров. – М.: Флинта: Наука, 2012. – 240 с.
- Прохоров Е.П.* Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 351 с.
- Распопова С.С.* Основы журналистской деятельности: учебник / С.С. Распопова. – М.: Аспект Пресс, 2019. – 272 с.
- Рязанцева Т.И.* Гипертекст и электронная коммуникация / Т.И. Рязанцева. – М.: URSS, 2010. – 251 с.
- Свитич Л.Г.* Введение в специальность. Профессия – журналист / Л.Г. Свитич. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 255 с.
- Семенов В.А.* Политический анализ и прогнозирование / В.А. Семенов, В.Н. Колесников, В.Г. Зарубин. – СПб.: Питер, 2014. – 432 с.
- Современный медиатекст: учебное пособие* / отв. ред. Н.А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.
- Соколов-Митрич Д.* Реальный репортер. Почему нас этому не учат на журфаке? / Д. Соколов-Митрич. – СПб.: Питер, 2012. – 256 с.
- Страшнов С.Л.* Система СМИ: просветительство и журналистика: учебное пособие для вузов / С.Л. Страшнов. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 173 с.
- Теория журналистики в России: Коллективная монография* / Под ред. С.Г. Корконосенко. – СПб: Алетейя, 2018. – 255 с.
- Типология периодической печати: учебное пособие для студентов высших учебных заведений* / [М. Е. Аникина и др.]; под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 234 с.
- Туронок С.Г.* Политический анализ и прогнозирование / С.Г. Туронок. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 291 с.
- Универсальная журналистика: Учебник для вузов* / Под ред. Л.П. Шестеркиной. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2016. – 480 с.

Челякин Ю.В. Основы теории и истории журналистики / Ю.В. Челякин. – М.: Флинта, 2020. – 112 с.

Чепкина Э.В. Социальная журналистика. Проблемы толерантности в СМИ: учебное пособие для вузов / Э.В. Чепкина. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 115 с.

Шостак М.И. Новостная журналистика. Новости прессы: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М.И. Шостак. – 2-е изд., доп. – М: Издательство Юрайт, 2016. – 237 с.

Юферева А.С. Конвергентная журналистика: теория и практика: учебное пособие. – М.: ФЛИНТА; Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2021. – 104 с.

*Электронное учебное издание
сетевого распространения*

Дорощук Елена Сергеевна

ТЕОРИЯ МАССМЕДИА

ПРАКТИКУМ

Учебное пособие

Подписано к использованию 03.11.2022
Формат 60×84 1/16. Гарнитура «Times New Roman».
Усл. печ. л. 13,5. Заказ 28/11.

Издательство Казанского университета

420008, г. Казань, ул. Профессора Нухина, 1/37
т. (843)206-52-14 (доп. 1705), 206-52-14 (доп. 1704)