

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

Институт философии

Кафедра социологии и социальных технологий



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА»

по научной специальности: 5.9.9 Медиакоммуникации и журналистика

Луганск - 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Медиакоммуникации и журналистика» по направлению подготовки 5.9.9 Медиакоммуникации и журналистика – 29 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Медиакоммуникации и журналистика» составлена с учетом Федеральных государственных требований в структуре программ подготовки научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре, утвержденных Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 20.10.2021 г. № 951; Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 24.02.2021г. № 118 «Об утверждении номенклатуры научных специальностей, по которым присуждаются ученые степени» (с изменениями и дополнениями); Положением о подготовке научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 30.11.2021 г. № 2122.

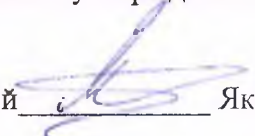
СОСТАВИТЕЛИ:

доктор филологических наук, профессор кафедры социологии и социальных технологий  Фесенко Ю. П.;

кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент кафедры русского языка и культуры речи  Одинцова М. И.

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры социологии и социальных технологий

«20» 04 2023 года, протокол № 10

Заведующий кафедрой социологии и социальных технологий  Яковенко А.В.

Переутверждена: «__» ____ 202__ года, протокол № ____

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии факультета филологии и массовых коммуникаций

«20» 04 2023 года, протокол № ____

Председатель учебно-методической комиссии факультета

 Пидченко С.А.

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины – систематизация знаний в области массовых коммуникаций, журналистики, СМИ, медиа и подготовка аспиранта к сдаче экзамена кандидатского минимума.

Задачи:

- систематизировать знания по истории развития журналистики как социального института;
- ознакомить слушателей с основными проблемами журналистики в качестве общественного и политического института, местом журналистики в системе массовых коммуникаций;
- систематизировать основополагающие нормы правового и морально-этического регулирования деятельности журналиста;
- сформировать у обучающихся комплексное представление о парадигмах, теориях и концепциях исследований функционирования и развития журналистики;
- сформировать у обучающихся систему знаний об актуальных процессах и явлениях в сфере журналистики, СМИ и массовой коммуникации, требующих теоретического осмысления;
- сформировать у обучающихся систему знаний, касающихся общей теории СМИ и теории «среднего уровня»;
- сформировать необходимую систему знаний об актуальных практиках научных и прикладных исследований журналистики и массовой коммуникации;
- помочь освоить эмпирические методы и технологии исследований в сфере массовой коммуникации, журналистики, СМИ;
- ориентироваться в медиаисследовательском поле;
- подготовить аспирантов к применению полученных знаний в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в области журналистики.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Медиакоммуникации и журналистика» относится к блоку вариативных дисциплин Основной образовательной программы по данному направлению подготовки.

Содержание дисциплины «Медиакоммуникации и журналистика» является логическим продолжением содержания дисциплин, как «Введение в научную специальность», «Подходы и методы в исследованиях СМИ», «Динамика трансформации русской культуры XX–XXI вв.», «Методика и практика качественных исследований массовых коммуникаций», «Современные теории СМИ». Изучение дисциплины «Журналистика» необходимо для сдачи государственного экзамена, результативной научно-исследовательской работы, качественной и эффективной подготовки

выпускной квалификационной работы, а также для будущей профессиональной деятельности.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Обучающиеся, завершившие изучение дисциплины «Журналистика», должны

знать:

- фундаментальные основы теории журналистики и массовых коммуникаций;
- содержание и методологию, этапы становления современной теории журналистики современное состояние науки в области журналистики и массовых коммуникаций;
- теоретико-методологические основы исследований журналистики, СМИ, массовой коммуникации;
- исторические этапы становления исследований журналистики, СМИ, массовой коммуникации;
- парадигмы, теории, концепции, подходы, традиции анализа, терминологический аппарат, классификации исследований журналистики, СМИ, массовой коммуникации,
- актуальные процессы развития и вызовы исследованиям журналистики, СМИ, массовой коммуникации;
- теории и концепции процессов функционирования СМИ и массовых коммуникаций;
- научный инструментарий для теоретического обоснования и анализа как важнейших, базовых, так и новейших процессов и явлений массовой коммуникации;
- основные подходы к изучению журналистики, СМИ, массовой коммуникации в различных науках гуманитарного и социально-экономического циклов;
- специфику применяемых методов;
- базовые этапы процедуры эмпирического исследования и основные категории его программы;

уметь:

- определять роль теории журналистики в становлении современного общества и ее место в структуре современного научного знания;
- использовать теории и методы журналистской науки для анализа современных проблем медиасистемы и избранной области предметной специализации;
- формулировать цели и задачи теоретических исследований журналистики, СМИ, массовой коммуникации;
- анализировать и интерпретировать современные исследования журналистики, СМИ, массовой коммуникации;
- формулировать выводы и представлять результаты собственных теоретических исследований журналистики, СМИ и массовой коммуникации;

- выбрать подход и методы для собственного исследования СМИ в соответствии с его целью и задачами, особенностями объекта и предмета изучения;

владеть навыками:

- выявления тенденций развития современной науки о теории журналистики;
- использования терминологического аппарата и теоретических знаний при исследовании и анализе продуктов и результатов деятельности журналистики, СМИ и массовой коммуникации;
- выявления и объяснения специфики медиатекстов, особенностей аудитории; прогнозирования и аналитической деятельности в области функционирования СМИ;
- критического анализа имеющихся исследовательских подходов в различных научных дисциплинах, их возможностей;
- работы в условиях конвергентной журналистики – подготовка медиа-продукта в разных знаковых системах (вербальной аудио-, аудиовизуальной, фото, графической) для размещения на различных мультимедийных платформах
- проведения эмпирического исследования журналистики, СМИ, массовой коммуникации.

Перечисленные результаты образования являются основой для формирования следующих компетенций:

универсальных:

УК-1 – способность к критическому анализу и оценке современных научных достижений, генерированию новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях;

УК-3 – готовность участвовать в работе отечественных и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач;

УК-4 – готовностью использовать современные методы и технологии научной коммуникации на государственных и иностранном языках;

УК-5 – способность планировать и решать задачи собственного профессионального и личностного развития;

общепрофессиональных:

ОПК-1 – способностью самостоятельно осуществлять научно-исследовательскую деятельность в соответствующей профессиональной области с использованием современных методов исследования и информационно-коммуникационных технологий;

профессиональных:

- ПК-1 – способность использовать современные методы гуманитарных научных исследований, применять принципы междисциплинарного подхода, технологий теоретического и практического изучения журналистики, сформированные отечественными и зарубежными научными школами, творчески развивая их положения;

- ПК-2 – способность выбирать и обосновывать тему, проблему исследования, актуальную для науки и практики в сфере массовой коммуникации и журналистики, четко формулировать его цель;
- ПК-3 – готовность научно разрабатывать теоретические и практические аспекты и проблемы истории и современного функционирования периодических изданий (газеты, журналы и др.), радио- и тележурналистики, современной сетевой журналистики, творческой и организационной деятельности информационных агентств, творческие приемы публицистов и редакторов, а также анализировать генезис и особенности языка СМИ, семиотику журналистского текста, специфику синкретизма журналистских феноменов, функционирующих на пересечении различных культурных практик.
- ПК-4 – способность разрабатывать концепцию и методологию медиаисследования на базе знания современных теорий массовых коммуникаций, средств массовой информации, журналистики, имеющих научные подходы, в том числе междисциплинарных;
- ПК-5 – обосновывать выбор методики, квалифицированно осуществлять научный проект, получать значимые для науки и практики результаты, представлять их в различных формах.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (з.е.)	
	Очная форма	Заочная форма
Объем учебной дисциплины	180 (5 з.е.)	180 (5 з.е.)
Обязательная аудиторная учебная нагрузка дисциплины (всего) в том числе:	80	16
Лекции	40	8
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	40	8
Лабораторные работы	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса	-	-
Самостоятельная работа (всего)	100	164
Форма промежуточной аттестация	экзамен	экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Становление журналистики как социального института

Основные понятия в категории массовой информации в их историческом становлении. Устная публицистика. Предыстория журналистики (явления протожурналистики в странах Европы и Азии). Зарождение журналистики. История

зарубежной журналистики. Общая характеристика журналистики XVII в. Английская политическая журналистика XVII в. Становление научной журналистики. Публицистика реформации Германии. Общая характеристика журналистики XVIII в. Становление политической журналистики во Франции.

Становление североамериканской журналистики XVI-XVIII в. Публицистика североамериканской войны за независимость в XVIII в. Печать и публицистика Великой французской революции. Европейские рукописные газеты. Книгопечатание. Общая характеристика журналистики XIX в. Развитие концепции «свободы печати» в XIX в. Журналистика – четвертая власть. Становление экономики газетного дела. Совершенствование техники издательского дела, новые технологии. Становление и развитие типологии печати. Развитие журналов.

Появление информационных агентств. Английская печать XIX в. Французская журналистика XIX в. Журналистика в Германии в XIX в. Американская печать XIX в. Развитие социалистической и коммунистической журналистики второй половины XIX в. Основные тенденции развития европейской журналистики XX в. Особенности развития средств информации в XX в. Зарождение и развитие новых каналов информации. Кино. Радиовещание. Телевидение. СМИ зарубежных стран накануне Второй мировой войны. Особенности нацистской пропаганды.

Журналистика военного периода. Европейская журналистика второй половины XX в. Экономические факторы и особенности технологического развития СМИ стран Западной Европы и США в 1945– 2000 гг. СМИ стран Азии, Африки и Латинской Америки во второй половине XX в. Транснациональные медиакорпорации и информагенства во время и после окончания «холодной войны». СМИ в условиях перехода к информационному обществу. Особенности развития СМИ на рубеже XX и XXI вв.

Тема 2. Становление российской журналистики

История российской журналистики. Возникновение русской журналистики. Официальная и научная журналистика первой половины XVIII в. Петербургские частные журналы середины XVIII в. Сатирическая журналистика XVIII в. Журналистика последней трети XVIII в.

Журналистика последнего десятилетия XVIII в. Журналистика первого десятилетия XIX в. Русская журналистика периода Отечественной войны 1812 года и декабристского движения. Журналистика середины XIX в. Зарождение периодики на Слобожанщине. Журнальная и газетная периодика начала XX в. Печать между двух революций. Пресса после Февральской буржуазно-демократической революции. Журналистика первых десятилетий Советской власти. Журналистика накануне и в период Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.). Журналистика послевоенного десятилетия (1946–1956 гг.). Средства массовой информации второй половины XX в. Система средства массовой информации второй половины 90-х – 2000-х гг. Роль цензуры в становлении и развитии журналистики. История журналистики Луганщины. Становление журналистики ЛНР.

Тема 3. Функции журналистики как особого социального института общества

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

Информационная политика в области СМИ. Проблемы информационной безопасности. Функции журналистики. Понятие функции. Многообразие социальных и информационных потребностей общества – объективная основа функций журналистики. Различные теоретические подходы к анализу функций СМИ и их классификация. Идеологические, культурно-просветительские, рекреативные, рекламно-справочные и другие функции СМИ.

Взаимодействие журналистики с общественным мнением и массовым сознанием как механизм реализации функций. Соотношение функций и целей в сфере производства и распространения массовой информации. Информация и коммуникация как основа массово-информационного процесса. Функциональный подход к журналистской деятельности. Место категории «функция» в системе знаний о журналистике. Взаимосвязи понятий «цель», «средства», «деятельность», «результат». Функции журналистики: объективное предназначение и субъективное целеполагание.

Роль объективного знания о функциях. Классификация функций: современные подходы. Функциональная роль СМИ в общественной системе и представления о функциях различных субъектов системы (учредителя, журналиста, аудитории). Объективные причины и формы проявления. Функциональные, дисфункциональные, нефункциональные, афункциональные результаты. Коммуникативная функция в деятельности журналистики. Понятие коммуникации. Многообразие коммуникативных средств и форм. Средства массовой коммуникации. Система функций в связи с необходимостью обеспечения «информационного дублирования» всех процессов жизнедеятельности общества. Идеологические функции. Понятие «идеология», проблема «деидеологизации», «переидеологизации», «реидеологизации». Идеология и социальная ориентация. Журналистика и массовое сознание.

Структура массового сознания и её реальное бытие в различных социальных группах. Журналистика и различные компоненты массового сознания (мировоззрение, мирозерцание, историческое сознание, общественное мнение). Место и роль журналистики в формировании отдельных компонентов массового сознания. Определяющий сущность СМИ характер взаимоотношений «журналистика – общественное мнение». СМИ – аккумулятор, трибуна, комментатор, аналитик, инструмент формирования, преобразования и развития общественного мнения. Особенности его взаимодействия с другими компонентами массового сознания. Культуроформирующие функции СМИ.

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

Массово-информационное обеспечение решения политических, экономических, социальных и других задач. СМИ и реализация программ, выдвигаемых представляемыми этими СМИ и стоящими за ними социальными силами, партиями, организациями. Участие журналистики в управлении и социальном контроле. Журналистика и социальная защита граждан. Функции журналистики как система. Взаимодополнение функций в массово-информационном процессе. Монофункциональные и полифункциональные произведения. Функциональная структура отдельных изданий и программ. Представления журналиста о функциях и выполнение их в зависимости от его взглядов на жизнь общества. Система принципов журналистской деятельности.

Тема 4. Журналистика как социальный институт

Разнообразие социальных институтов в обществе (государстве). Особенности журналистики как социального института. Внутренние и внешние противоречия и проблемы, связанные с функционированием «четвертой власти». Социальные типы журналистики и тенденции их проявления.

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

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

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

диалог. Полнота и адекватность представления и обсуждения взглядов и предложений участников. Коллоквиум и солилоквиум. Ход и результаты диалога. Консенсус, компромисс, паллиативное решение, «отложенный диалог». Проблема «сдвига к центру». Зависимость успеха от намерений сторон и их способности вести конструктивный диалог. «Социальное партнерство» как условие и результат достижения информационного порядка.

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

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

Свобода – базовая основа функционирования СМИ. Условия и факторы свободы журналистики: экономические, политические и т.д. Юридический аспект свободы журналистики. Регулирование свободы СМИ в современном обществе. Современная пропаганда.

Тема 5. Социальная информация

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

Отношение к экстремизму в различных проявлениях. Выбор позиции и проблема независимости журналиста. Позиция по убеждению, конформизм и неконформизм. Информационный процесс. Информационные объекты различных видов. Виды и свойства информации. Основные информационные процессы. Хранение, передача и обработка информации.

Принципы работы с источниками информации. Методы сбора информации: интервью, наблюдение, работа с документами. Селекция, проверка и анализ информации. Методы прецизионной (точной) журналистики.

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

Тема 6. Информационное пространство. Информационные потоки

Формирование массовых информационных потоков и создание особого типа авторских произведений (информационных продуктов) как компоненты журналистской деятельности. Характеристика массовых информационных потоков. Факторы, определяющие соотношение индивидуального и коллективного начал в профессиональной деятельности журналиста.

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

Информационная база планирования. Предвидение, прогнозирование хода событий как инструмент планирования. Конструирование и выпуск массовых информационных потоков. Круг дел журналиста, связанных с его непосредственным участием в конструировании и выпуске массовых информационных потоков «в свет» и «в эфир»: подбор материалов для ретрансляции; подготовка заявок на публикации и предложений по верстке; выступления при обсуждении текущих номеров и программ; дежурства по выпуску. Зависимость круга обязанностей журналиста от канала трансляции массовых информационных потоков.

Тема 7. Системы СМИ

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

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

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

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

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

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

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

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

Эволюция типологической модели СМИ в процессе реформирования общества. Особенности инструментальной модели СМИ и модели СМИ как «четвертой власти».

Дифференциация структуры СМИ по характеру аудитории. Предметно-тематическая специализация изданий и программ.

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

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

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

Организация структуры телевидения:

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

Тема 8. Жанровая система СМИ

Понятие жанра. Система журналистских жанров: сущность явления, традиции, трансформации. Жанрообразующие факторы в журналистике. Предмет изображения. Способ (метод) изображения. Функции произведения. Тип отображения. Цели журналистского творчества. Методы исследования предмета. Роль различных жанрообразующих факторов в формировании жанров. Образование жанров. Классическая теория жанров и современные подходы. Три жанровые группы: информационные, аналитические и художественно-публицистические тексты. Различные классификации жанров.

Жанры новостной информации, диалогические жанры, ситуативно-аналитические жанры, эпистолярные жанры, сатирические жанры. Явление безжанровости в современной журналистике. Требования к написанию текста того или иного жанра. Публикация «синтетических» материалов. Исчезающие жанры журналистики. Похожесть, усредненность печатных СМИ. Редактирование и правила жанра. Редактирование и система журналистских жанров. Методика анализа текста с позиций жанра. Способы изображения и изложения, виды текста, связи частей

произведения. Выбор языковых и стилистических средств. Подбор и расположение фактического материала, соотношение информации и аналитики. Особенности работы над текстами информационных, аналитических, художественно-публицистических жанров. Жанры печатных СМИ. Основные концепции жанров периодических изданий. Жанровая специфика медийных теле-, радио-, интернет-материалов.

Тема 9. Аудитория СМИ

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

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

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

Тема 10. Зарубежные концепции и теории массовой коммуникации

Коммуникативистика как наука. Структурно-функциональный подход к анализу СМИ. СМИ как средство интеграции и стабилизации социальной системы (Т. Парсонс). «Массовые коммуникации, массовые вкусы и организованное социальное действие»: П. Лазарсфельд, Р. Мертон. Социальная коммуникация в контексте неофункционализма (Н. Луман). Модель структурной взаимозависимости между СМИ, аудиторией и социальной системой С. Болл-Рокича и М. ДеФлюера. Современные классификации функций и дисфункций СМИ. Критика структурного функционализма.

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

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

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

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

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

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

Массовые коммуникации в постмодернистской перспективе. Постмодернизм как тип мышления и культуры: характерные черты. Проявления постмодернизма в сфере деятельности СМИ. Возникновение чикагской школы социологии. Ирвинг Гофман как ведущий теоретик данного направления в области коммуникативистики: теории фреймов Технологический детерминизм Г.М. Маклюэна: периодизация истории по типу доминирующих средств связи. Концепция «холодных» и «горячих» медиа Маклюэна. «Глобальная деревня». «Без ощущения места. Влияние электронных СМИ на социальное поведение»: ситуационный подход Дж. Мейровитца. Семиотическое понимание массовой коммуникации (Ю. Лотман, Р. Барт, У. Эко). Концепция «гиперреальности» и «имплозии социального» Ж. Бодрийяра. «Массы» и массмедиа. Критика постмодернизма. Постмодернистская установка в трактовке культурных, медийных феноменов (Ж. Бодрийяр). Феноменологический подход к массовой коммуникации (Э. Гуссерлю).

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

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

Тема 11. Конвергентная журналистика

Профессиональный образ мультимедийной журналистики. Журналист как субъект мультимедийной журналистики. Конвергенция СМИ. Конвергентная журналистика: технологические и социокультурные предпосылки. Роль социальных сетей и гражданской журналистики. Этические проблемы в современной журналистике. Мультимедийное журналистское произведение.

Анализ заголовков популярных интернет-СМИ. Ключевые навыки конвергентного журналиста. Структура новостей в популярных интернет-СМИ. Специфика работы в конвергентной редакции. Матрица форматов сайтов (на примере altapress.ru). Блог-платформы. Пабрики altapress.ru в основных соцсетях (ВКонтакте, одноклассники, фейсбук, Твиттер). Технология создания мультимедийного СМИ. Мультимедиа и социальная роль журналистики. Роль интернет-СМИ в процессе глобализации информационно-коммуникативного пространства.

Тема 12. Социально-психологические аспекты массовой коммуникации

Психология массовой коммуникации. Роль социологии в развитии массмедиа. Критерии эффективности массовой коммуникации. Социологическое исследование и методы исследования аудитории массовых коммуникаций. Социологические исследования коммуникатора массовых коммуникаций. Анализ содержания массовых коммуникаций.

Социология журналистики и потребности практики СМИ. Психологические основы журналистского творчества. Мысль, чувство, стремление как мобилизирующие факторы в журналистской деятельности. Сознательное и бессознательное в поведении. Соотношение познавательных и поведенческие аспекты журналистской профессии.

Гносеологические функции журналистики. Виды восприятий. Наблюдение как преднамеренное, планомерное восприятие окружающей действительности. Значение памяти, мышления и речи. Суждение и умозаключение. Воображение как высшая форма познавательного процесса. Личность в журналистике. Индивидуальность и личность. Процесс формирования личности, этапы ее развития. Образный и логический строй личности.

Способности как индивидуальные особенности личности. Возрастные категории личности и связанные с их особенностями специфические сферы журналистики. Психология молодежной аудитории и молодежный стиль. Психологические установки восприятия информации. Эмоции, эффекты, стрессовые состояния и журналистика. Информационные перегрузки и недогрузки. Внушение, стереотипизация и журналистская «мифология». Стереотипы как феномены «экономии сознания» в виде черно-белой проекции сущности явлений. «Сенсационная» и «консервативная» журналистика. Психологическая культура журналиста. Журналистика и конфликтология: виды конфликтов, динамика и средства разрешения конфликта. Личностный, моральный, юридический и экономический аспекты авторских прав журналиста. Анонимность журналистской деятельности. Нормативная основа деятельности журналиста в условиях конфликтных ситуаций.

Тема 13. Журналистика как массово-информационная деятельность

Понятия «журналистика» и «массовая информация». Каково их соотношение. Понятие «массовой информации» в журналистике. Типологические концепции социальной информации.

Преобразование научных, профессиональных, художественных и индивидуальных сообщений в массовую информацию. Понятие и структура новости. Формы воздействия массовой информации. Специфические особенности информации в журналистике (актуальность, оперативность, документализм, повторяемость тем и неповторимость материалов). Противоречия между правдивым сообщением и желаемым результатом как основа манипуляции в медиамонополиях. Фейки как правда. Постановочные кадры. Использование лжесвидетелей. Уровни и формы существования массовой информации. Внешний и внутренний типы информации.

Тема 14 Коммуникация в информационном обществе: глобализационные вызовы. Коммуникативный процесс как деятельность.

Понятие глобализации и ее место в системе коммуникации. Межкультурная коммуникация как отрасль научного знания и учебная дисциплина. Проблема национальной и социальной самоидентификации. Специфика генетического ядра самоидентификации и его отличие от коммуникативного кода.

Нарушение соотношения между ними как путь к цветным революциям. Процесс становления межкультурной коммуникации и ее место в системе гуманитарных наук. Ее предмет, объект, субъект. Основные теории и формы межкультурной коммуникации. Основные элементы процесса коммуникации. Необходимость изучения семантической структуры фейковых новостей с целью их однозначного опровержения. Сложность специфики национального определения культуры в условиях чрезмерной политизации.

Тема 15 Социокоммуникации и социосистемы. Информационная повестка дня как метод управления информационным пространством.

Понятия «социокоммуникация» и «социосистема». Роль информационных агентств в объединении отдельных медиахолдингов и создании массового общественного мнения. Место журналистики в этих процессах. Информационная и коммуникативная составляющая трансформации социосистем.

Понятие информационной повестки дня. Информационная повестка как средство манипуляции сознанием. Создание фокус-групп и иерархии групп по интересам. Смягчение и «отмывание» имиджа миллиардеров в странах коллективного Запада. Медиа как способ управления вниманием. Манипулятивный потенциал телевизионных политических ток-шоу.

Тема 16. Медiateкст: формы и закономерности существования

Медиадискурс как вид функционально-обусловленного дискурса. Специфика современного медиадискурса. Медiateкст как единица медиадискурса. Медiateкст как особый информационный продукт, как законченное информационное и структурное целое. Специфика медiateкста в коммуникативном аспекте. Основные этапы создания медiateкста. Технологии воздействия медiateкста. Информационная насыщенность текста. Информативность и средства ее усиления в медiateксте. Процессы компрессии информации в медiateксте. Стил как средство реализации конструктивной идеи медiateкста.

Проявление средств выразительности в медiateксте. Информационно-структурные и тонально-стилистические характеристики медiateкста. Цельность и связность как главные качества медiateкста. Диалогичность и диалоговость как текстообразующие свойства медiateкста. Автор как категория медиадискурса. Интертекстуальность в средствах массовой коммуникации. Вербализация интертекстуальности. Сверхтекст и его типы. Медiateкст как сверхтекст. Гипертекст как тип медiateкста. Современные средства усиления эффективности медiateкста. Критерии состоятельности и успешности журналистского текста. Виды медиадискурсов в зависимости от вида СМИ. Виды информации и функционально-

смысловые типы речи. Типы речи: жанровое расслоение медиатекстов. Проблемы культуры речи.

Тема 17. Журналистика и смежные виды деятельности: PR, реклама

Public Relations (PR) как вид коммуникации. Понятие, виды, функции PR-коммуникаций. PR-коммуникация как вид профессиональной деятельности. Связи с общественностью как вид коммуникации. Роль пресс-службы в современном мире. Пресс-служба и пресс-центр. Организация и деятельность пресс-служб и пресс-центров. Журналистика и PR: проблемы взаимодействия. Журналистика и гражданское общество.

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

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

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

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

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

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

Тема 18. Правовые и моральные нормы профессиональной деятельности журналиста

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

Внешняя и внутренняя ответственность. Общественный долг и социальная позиция.

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

Социально-творческий аспект свободы журналистской деятельности. Свобода выбора журналистом своей социальной позиции. Свобода как «осознанная необходимость» или как «снятая» необходимость. Свобода и прогресс: деятельность «в пользу» и «против» исторической необходимости. Проблема социальной ответственности. Борьба различных концепций. Творческий потенциал журналиста и мера свободы деятельности. Журналистская деонтология как система знаний о профессиональном долге и обеспечивающих его выполнение свойствах личности и формах поведения работников СМИ во всех областях их деятельности.

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

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

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

Тема 19. Феномен творчества и проблема профессионализма в журналистике

Теория журналистского творчества. Проблема метода в журналистской деятельности. Роль журналиста в 21 веке. Творчество как специфическая человеческая форма активности. Соединение духовного и практического начал. Создание оригинального качественного журналистского продукта. Формы творческой

деятельности в журналистике. Авторство и редакторство. Коллективное и индивидуальное творчество.

Типы журналистского творчества в их связи с методами, специализацией и характером журналистской информации. Научный, художественный и публицистический типы творчества. Публицистика как «антипод социальной индифферентности». Взаимодействие логического и психологического в журналистском творчестве. Эстетика журналистской профессии. Категории роли и «ролевого поведения». «Ролевые» и «должностные» модели творческой деятельности в журналистике. Журналистское амплуа. Методика и методология журналистского творчества.

Тема 20. Деятельность выдающихся журналистов XIX–XXI веков

Выдающиеся русские журналисты XIX–XX вв.: заслуги и новаторство. Медиамагнаты и медиаперсоны Европы и США: вклад в развитие журналистики. Деятельность ведущих российских журналистов XXI в. Выдающиеся журналисты Луганщины.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Становление журналистики как социального института	2	2
2	Становление российской журналистики	2	
3	Функции журналистики как особого социального института общества	2	2
4	Журналистика как социальный институт	2	
5	Социальная информация	2	
6	Информационное пространство. Информационные потоки	2	2
7	Системы СМИ	2	
8	Жанровая система СМИ	2	
9	Аудитория СМИ	2	
10	Зарубежные концепции и теории массовой коммуникации	2	2
11	Конвергентная журналистика	2	
12	Социально-психологические аспекты массовой коммуникации	2	
13	Журналистика как массово-информационная деятельность	2	
14	Коммуникация в информационном обществе: глобализационные вызовы. Коммуникативный процесс как деятельность.	2	
15	Социокоммуникации и социосистемы. Информационная повестка дня как метод управления информационным пространством.	2	
16	Медиатекст: формы и закономерности существования	2	

17	Журналистика и смежные виды деятельности: PR, реклама	2	
18	Правовые и моральные нормы профессиональной деятельности журналиста	2	
19	Феномен творчества и проблема профессионализма в журналистике	2	
20	Деятельность выдающихся журналистов XIX-XXI веков	2	
Итого:		40	8

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Становление журналистики как социального института	2	
2	Становление российской журналистики	2	2
3	Функции журналистики как особого социального института общества	2	
4	Журналистика как социальный институт	2	
5	Социальная информация	2	
6	Информационное пространство. Информационные потоки	2	
7	Системы СМИ	2	
8	Жанровая система СМИ	2	
9	Аудитория СМИ	2	
10	Зарубежные концепции и теории массовой коммуникации	2	2
11	Конвергентная журналистика	2	
12	Социально-психологические аспекты массовой коммуникации	2	
13	Журналистика как массово-информационная деятельность	2	
14	Коммуникация в информационном обществе: глобализационные вызовы. Коммуникативный процесс как деятельность.	2	2
15	Социокоммуникации и социосистемы. Информационная повестка дня как метод управления информационным пространством.	2	
16	Медиатекст: формы и закономерности существования	2	
17	Журналистика и смежные виды деятельности: PR, реклама	2	2
18	Правовые и моральные нормы профессиональной деятельности журналиста	2	
19	Феномен творчества и проблема профессионализма в журналистике	2	
20	Деятельность выдающихся журналистов XIX-XXI веков	2	
Итого:		40	8

4.5. Лабораторные работы

Не предусмотрены учебным планом.

4.6. Самостоятельная работа

№ п/п	Название темы	Вид СР	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1	Становление журналистики как социального института	собеседование на семинарских занятиях, научное сообщение, доклад	6	10
2	Становление российской журналистики	собеседование на семинарских занятиях, научное сообщение, доклад	7	10
3	Функции журналистики как особого социального института общества	собеседование на семинарских занятиях, научное сообщение, доклад	6	10
4	Журналистика как социальный институт	собеседование на семинарских занятиях, научное сообщение, доклад	6	10
5	Социальная информация	собеседование на семинарских занятиях, научное сообщение, доклад	6	10
6	Информационное пространство. Информационные потоки	собеседование на семинарских занятиях, научное сообщение, доклад	6	10
7	Системы СМИ	собеседование на семинарских занятиях, научное сообщение, доклад	6	10
8	Жанровая система СМИ	собеседование на семинарских занятиях, научное сообщение, доклад	6	10
9	Аудитория СМИ	собеседование на семинарских занятиях, научное сообщение, доклад	6	10
10	Зарубежные концепции и теории массовой коммуникации	собеседование на семинарских занятиях, научное сообщение, доклад	7	10
11	Конвергентная журналистика	собеседование на семинарских занятиях, научное сообщение, доклад	6	6
12	Социально-психологические аспекты массовой коммуникации	собеседование на семинарских занятиях, научное сообщение, доклад	8	8
13	Журналистика как	собеседование на	7	7

	массово-информационная деятельность	семинарских занятиях, научное сообщение, доклад		
14	Коммуникация в информационном обществе: глобализационные вызовы. Коммуникативный процесс как деятельность.	собеседование на семинарских занятиях, научное сообщение, доклад	6	8
15	Социокоммуникации и социосистемы. Информационная повестка дня как метод управления информационным пространством.	собеседование на семинарских занятиях, научное сообщение, доклад	6	5
16	Медиатекст: формы и закономерности существования	собеседование на семинарских занятиях, научное сообщение, доклад	5	10
17	Журналистика и смежные виды деятельности: PR, реклама	собеседование на семинарских занятиях, научное сообщение, доклад		10
18	Правовые и моральные нормы профессиональной деятельности журналиста	собеседование на семинарских занятиях, научное сообщение, доклад		10
Итого:			100	164

5. Образовательные технологии

Реализация дисциплины «Журналистика» осуществляется традиционными методами и средствами организации и проведения образовательного процесса (лекции, практические занятия, самостоятельная работа, в том числе с монографиями, учебниками и словарями, дискуссии) и инновационными: проблемное обучение, диалоговые и другие активные формы обучения, личностно ориентированные и деятельностно-ценностные образовательные технологии, в том числе и информационно-коммуникационные технологии.

На практических занятиях аспиранты применяют теоретические знания для анализа конкретных ситуаций, выступают с сообщениями, выполняют текущие работы.

Самостоятельная работа предполагает работу со изучение научных пособий, монографий, статей, сопоставление различных точек зрения по той или иной проблеме.

На практических занятиях, во время самостоятельной и индивидуальной работы применяются частично-поисковый (самостоятельное решение проблемы), исследовательский (приобретать знания самостоятельно, исследовать парадигмы, теории и концепции, анализировать и

интерпретировать современные исследования; формулировать выводы и представлять результаты собственных теоретических исследований) методы.

6. Формы контроля освоения дисциплины

Текущая аттестация производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущими практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- письменные домашние задания;
- доклады;
- тематические дискуссии;
- программа-минимум кандидатского экзамена по Журналистике.

Фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы и методы контроля, позволяющие оценить результаты обучающихся по данной дисциплине, помещаются в приложении к рабочей программе в соответствии с Положением о фонде оценочных средств и Порядком подготовки и проведения кандидатских экзаменов по истории и философии науки, иностранному языку, специальной дисциплине.

Промежуточная аттестация по результатам освоения дисциплины проходит в форме устного экзамена (включает в себя ответ на теоретические вопросы и защиту реферата).

Подготовка и проведение кандидатского экзамена регламентируется Порядком подготовки и проведения кандидатских экзаменов по истории и философии науки, иностранному языку, специальной дисциплине, утвержденным приказом ГОУ ВПО ЛНР «ЛНУ им. В. ДАЛЯ» от 28 декабря 2018 года № 467-04

В экзаменационную ведомость и зачетную книжку выставляются оценки по национальной шкале, приведенной в таблице.

Шкала оценивания экзамена	Характеристика знания предмета и ответов
отлично (5)	Обучающийся глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
хорошо (4)	Обучающийся знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)	Обучающийся знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30 % ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно	Обучающийся не знает значительной части программного

(2)	материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Обучающийся отказывается от ответов на дополнительные вопросы
-----	---

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

7.1. Основная литература

1. Вартанова Е.Л., СМИ в меняющейся России: Коллективная монография / Вартанова Е.Л. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 336 с. - ISBN 978-5-7567-0565-2 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705652.html>.
2. Засурский Я.Н., Средства массовой информации России : Учеб. пособие для студентов вузов / М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова, Е. Л. Вартанова и др.; Под ред. Я. Н. Засурского. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2011. - 391 с. - ISBN 978-5-7567-0594-2 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705942.html>.
3. Корконосенко С.Г., Теория журналистики: моделирование и применение : учеб. пособие / С.Г. Корконосенко - М. : Логос, 2015. - 248 с. (Новая университетская библиотека) - ISBN 978-5-98704-471-1 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785987044711.html>.

7.2. Дополнительная литература

1. Лазутина Г.В., Журналистика в информационном поле современной России / Лазутина Г.В. - М. : Аспект Пресс, 2018. - 176 с. - ISBN 978-5-7567-0961-2 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756709612.html>
2. Шпаковский В.О., Интернет-журналистика и интернет-реклама : Учебное пособие / Шпаковский В.О., Розенберг Н.В., Егорова Е.С. - М. : Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с. - ISBN 978-5-9729-0202-6 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972902026.html>.
3. Качкаева А.Г., Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой - М. : ИД Высшей школы экономики, 2018. - 418 с. (Учебники Высшей школы экономики) - ISBN 978-5-7598-1663-8 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785759816638.html>.

4. Тертычный А.А., Аналитическая журналистика : Учеб. пособие для студентов вузов / А. А. Тертычный. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2013. - 352 с. - ISBN 978-5-7567-0555-3 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705553.html>.
5. Олешко Е.В., Конвергентная журналистика : Профессиональная культура субъектов информационной деятельности / Е.В. Олешко ; науч. ред. Б.Н. Лозовский - М. : ФЛИНТА, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-9765-2661-7 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976526617.html>.
6. Шестеркина Л.П., Универсальная журналистика: Учебник для вузов / Шестеркина Л.П. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 480 с. - ISBN 978-5-7567-0841-7 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708417.html>.
7. Бровченко Г. Н., Телевизионная журналистика : Учеб. пособие для студентов вузов / Бровченко Г.Н., Долгова Ю.И., Перипечина Г.В., Тихонова О.В., под ред. Ю.И. Долговой, Г.В. Перипечиной. - М. : Аспект Пресс, 2019. - 208 с. - ISBN 978-5-7567-1004-5 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756710045.html>.
8. Медиасистема России : Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Вартановой Е.Л. - М. : Аспект Пресс, 2017. - 384 с. - ISBN 978-5-7567-0864-6 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708646.html>

7.3. Интернет-ресурсы

1. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» : [сайт]. – URL : <http://window.edu.ru/>.
2. Министерство образования и науки Луганской Народной Республики : [сайт]. – URL : <https://minobr.su>.
3. Министерство образования и науки Российской Федерации : [сайт]. – URL : <http://минобрнауки.рф/>.
4. Народный совет Луганской Народной Республики : [сайт]. – URL : <https://nslnr.su>.
5. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования : [сайт]. – URL : <http://fgosvo.ru>.
6. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки : [сайт]. – URL : <http://obrnadzor.gov.ru/>.
7. Федеральный портал «Российское образование» : [сайт]. – URL : <http://www.edu.ru/>.
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов : [сайт]. – URL : <http://fcior.edu.ru/>.

Электронные библиотечные системы и ресурсы

9. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» : [сайт]. – URL : <http://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>.
10. Проект EVARTIST (электронная библиотека по журналистике) : [сайт]. – URL : <http://www.evartist.narod.ru/journ.htm>.
11. Публичная электронная библиотека : [сайт]. – URL : <http://www.lib.walla.ru/>.
12. Российская государственная библиотека : [сайт]. – URL : <http://www.rsl.ru/>.
13. Российская национальная библиотека им. М. Е. Салтыкова-Щедрина : [сайт]. – URL : <http://www.nlr.ru/>.
14. Словари.Ру – библиотека онлайн-словарей русского языка : [сайт]. – URL : <http://www.slovari.ru>.
15. Электронная библиотека по журналистике : [сайт]. – URL : <http://journalism.narod.ru/>.
16. Электронно-библиотечная система «StudMed.ru» : [сайт]. – URL : <https://www.studmed.ru>.

Информационный ресурс библиотеки образовательной организации

17. Научная библиотека имени А. Н. Коняева Луганского национального университета имени Владимира Даля : [сайт]. – URL : <http://biblio.dahluniver.ru/>.

8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины могут быть использованы мультимедийные средства; наборы слайдов или кинофильмов; демонстрационные приборы; при необходимости – средства мониторинга и т. д.

Практические занятия:

- аудитория для проведения лекционных и практических занятий, оснащенная демонстрационным материалом;
- методические указания для проведения практических занятий;
- презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Прочее:

- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером;
- рабочие места студентов;
- сеть Интернет.

Бесплатное программное обеспечение

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
---------------------------	------------------------------------	--------

Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Антивирус	Avast	http://www.avast.com/ru-ru/index
Браузер	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Распознавание текста	CuneiForm	http://cognitiveforms.ru/products/cuneiform/
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Видеоплеер	Media Player Classic	http://mpc.darkhost.ru/
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/