

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ТГПУ)

УТВЕРЖДАЮ  
Декан ФПСОР  
Н.К.Грицкевич  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2010 г.

ПРОГРАММА УЧЕБНО МЕТОДИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

**ОПДФ 09 «ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ»**

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель курса** – привить студентам практические навыки в сфере журналистского творчества, познакомить их с основами теории журналистики, системой средств массовой информации и ее функционированием, со значением содержания и формы в создании произведений журналистики, показать роль и место массовой информации в системе современной коммуникации, практике связей с общественностью, эволюцию концепций, приемов и методов коммуникации.

**Задачи курса:** Вооружить будущих специалистов практическими навыками подготовки журналистских текстов в процессе практической деятельности в области связей с общественностью, оценки качества таких текстов; Привить им навыки по созданию информационных, информационно-аналитических, аналитических и художественно-публицистических произведений журналистики.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины студенты должны продемонстрировать

**знания:**

- основных этапов развития массовой информации в России;
- норм права, регулирующих деятельность СМИ в современной России;
- специфику взаимоотношений между прессой и государством, между прессой и обществом.

**умения:**

- написание публикаций в различных жанрах, проведение интервью и обработка полученных результатов и т.п.)
- подготовки текстовых материалов для публикации в СМИ;
- планирования и проведения пресс-конференций, пресс-туров и других мероприятий для прессы;
- подготовки аналитических записок и обзоров СМИ;
- организовать и проводить мониторинг средств массовой информации;
- устанавливать и поддерживать связи со средствами массовой информации;

## 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Виды учебной работы	Всего часов	СЕМЕСТРЫ		
		5	6	7
Общая трудоемкость	460	154	154	152
Аудиторные занятия	192	64	64	64
Лекции	96	32	32	32
Практические занятия (ПЗ)	96	32	32	32
Семинары (С)	-	-	-	-
И (или) другие виды аудиторных занятий	-	-	-	-
Самостоятельная работа	268	88	88	92
Курсовой проект (работа)	-	-	-	-
Расчетно-графические работы	-	-	-	-
Реферат	-	-	-	-
И (или) другие виды самостоятельной работы	-	-	-	-
Вид итогового контроля (зачет, экзамен)		Зачет	Зачет	Экзамен

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4. 1. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Разделы дисциплины	Лекции	Практические занятия или семинары	Лабораторные работы
	<b>Раздел 1. Социально-политические реформы общества и возникновение журналистики.</b>			
1	Реформы общества как предпосылки рождения прессы	4	2	
2	Исторические типы журналистики	4	4	
3	Развитие массовой прессы в России	6	4	
4	Процесс монополизации прессы	2	2	
5	Особенности информационной инфраструктуры	4	2	
6	Глобализация информационных процессов	2	2	
7	Понятие информационного общества	2	2	
	<b>Раздел 2. Особенности и основные этапы развития журналистики в XX веке</b>			
8	Современные СМИ России	6	4	
9	Современные СМИ зарубежных стран	6	4	
	<b>Раздел 3. Массовая информация и ее роль в современном мире.</b>			
10	Теории массовой коммуникации и концепции прессы	6	2	
11	Система средств массовой информации: печать, радио, телевидение	4	4	
12	Организация работы редакции	4	6	
	<b>Раздел 4. СМИ как предприятие</b>			
13	Рынок современной прессы	4	4	
14	Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ	6	4	
15	Финансовая политика	2	4	
16	Связи с общественностью в редакционной структуре.	2	4	
	<b>Раздел 5. Теория и методика журналистского творчества</b>			
17	Журналистское творчество как профессиональная деятельность	2	4	
№ п/п	Разделы дисциплины	Лекции	Практические занятия или семинары	Лабораторные работы

18	Интернет и его использование журналистом	2	4	
19	Журналистское произведение как текст	4	4	
	<b>Раздел 6. СМИ: правовые и этические нормы</b>			
20	Профессионально-этические правила и нормы	2	2	
21	Законодательное обеспечение свободы слова и информации в постсоветский период	4	4	
22	Законодательство в сфере журналистики	4	4	
	<b>Раздел 7. Технические средства массовой коммуникации.</b>			
23	Полиграфическая техника и полиграфические процессы	2	4	
24	Верстка и печать; дизайн полиграфических изданий	4	4	
25	Фотография, техника фотосъемки	4	4	
26	Технические средства радио и телевидения.	2	4	
27	Компьютерная техника в производстве современной прессы.	2	4	

#### 4. 2 СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

##### **РАЗДЕЛ 1. Социально-политические реформы общества и возникновение журналистики.**

###### **ТЕМА 1. Реформы общества как предпосылки рождения прессы.**

Изобретение письменности. Обращение к новому типу общения. Античная культура. Создание института журналистики. Изобретение книгопечатания. Информационные бюро. Первая печатная книга. Первая русская газета. «Вестовые письма». «Куранты». Развитие прессы в Европе. Развитие журналистики Соединенных штатов Америки.

###### **ТЕМА 2. Исторические типы журналистики.**

Феодально-монархическая печать. Буржуазная печать. Религиозно-клерикальная. Журналистика социалистической и коммунистической ориентации. Концепция абсолютизма. Пропаганда. Возрождения российской религиозной журналистики.

###### **ТЕМА 3. Развитие массовой прессы в России.**

«Вестник Европы». Издание местных газет и журналов. Различный подход к социальной действительности. «Русский вестник». Журналистика 1830-х гг. Возникновение новых газет официального характера. События русско-турецкой войны, как стимул развития журналистики. Монархическая печать.

###### **ТЕМА 4. Процесс монополизации прессы.**

Издательские концерны. Газетные тресты. Система медиа-холдингов. Электронные СМИ. Печатные СМИ. Коммерческие масс-медиа. Крупнейшие собственники СМИ за рубежом.

###### **ТЕМА 5. Особенности информационной инфраструктуры.**

Инфраструктура – основные понятия. Компьютерная инфраструктура. Информационная инфраструктура. Интернетовская инфраструктура. Социальная инфраструктура. Индекс информационного общества.

###### **ТЕМА 6. Глобализация информационных процессов.**

Глобализация – основные понятия. Понятие международных сил. Экономические и политические связи. Культурный и информационный обмен. Транснациональные корпорации. Влияние исторических условий. Мировой информационный рынок. «Новая стратегия коммуникации». Источники распространения информации.

#### **ТЕМА 7. Понятие информационного общества.**

Информационное общество. Интеллектуальное производство. «Демократия участия». Постиндустриальное общество. «Социальные рамки». Глобальное информационное пространство. Закон «Об информатизации». «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации». «Концепция единого информационного пространства России» «Концепция формирования информационного общества» Российский путь к информационному обществу. «Окинавская Хартия Глобального Информационного Общества».

### **РАЗДЕЛ 2. Особенности и основные этапы развития журналистики в XX веке**

#### **ТЕМА 8. Современные СМИ России.**

Буржуазно-демократическая революция 1905 г. «Манифест от 17 октября 1905 г.». Меры правительства по стабилизации общества. Права цензуры. Пресса России до и после 1917 г. «Декрет о печати». Пресса России в годы Великой Отечественной войны». Пресса России после смерти И. В. Сталина. Журналистика в семидесятые-восемидесятые годы XX в. Первые арендные, совместные предприятия и акционерные общества. Борьба за телезрителя между различными телеканалами, между государственным, общественным и коммерческим вещанием.

#### **ТЕМА 9. Современные СМИ зарубежных стран.**

Журналистика Европы. Испании. Австрии. Швейцарии. Греции. Португалии. Финляндии. Швеции. Норвегии. Дании. Исландии. Бельгии. Нидерландов. Люксембурга. Болгарии. Венгрии. Чехии. Словакии. Румынии. Польши. Югославии. Албании. Журналистика Америки. Канады. Аргентины. Мексики. Бразилии. Журналистика Азии. Японии. Индии. Кувейта и Саудовской Аравии. Китая. Монголии. Журналистика Африки. Южно-Африканской республики. Журналистика Австралии и Океании. Австралии. Папуа-Новой Гвинеи. Фиджи. Новой Зеландии.

### **РАЗДЕЛ 3. Массовая информация и ее роль в современном мире.**

#### **ТЕМА 10. Теории массовой коммуникации и концепции прессы.**

Гуманитарно-демократическое направление. Марксистская теория журналистики. Теории «волшебной пули» и «подкожных инъекций». Теория селективной экспозиции. Понятие двухступенчатого потока информации. Теория культивирования. Теория информационных барьеров. Теория искажения новостей. Теории обретения пользы и удовлетворения. Теория зависимости. Авторитарная теория. Либертарианская теория. Теория социальной ответственности. Модель развивающихся стран. Модель демократического участия. Прецизионная журналистика. Теория нового журнализма. Теория индивидуальных различий. Теория социальных категорий. Теория культурных и социальных норм.

#### **ТЕМА 11. Система средств массовой информации: печать, радио, телевидение.**

Единое информационное пространство: Коммерческие издания. Теле- и радиокomпании. Региональные электронные и печатные СМИ. Интернет. СМИ рыночного общества. Качественная и массовая печать. Плюрализм радиоволн. Государственные телекомпании. Межгосударственные компании. Общественные компании. Негосударственные телекомпании. Информационные агентства. Зарубежные информационные агентства. Агентства в сфере общественных связей.

#### **ТЕМА 12. Организация работы редакции.**

Отраслевой принцип. Функциональный принцип. Жанровый принцип. Собственные корреспонденты. Специальные корреспонденты. Журналистская рукопись. Корректурная редакционная. Особенности работы комментатора, ведущего программы, декоратора и др. работников телерадиокомпаний. Оригинал-макет. Эфирное редактирование. Источники информации. Техники убеждающей беседы. Корреспондентская сеть. Традиционные и компьютерные редакционные базы данных.

#### **РАЗДЕЛ 4. СМИ как предприятие.**

##### **ТЕМА 13. Рынок современной прессы.**

Ресурсный рынок. Рынок типографских услуг. Структура подписной цены. Обработка заказов. Экспедирование. Магистральные перевозки. Каталожная цена. Стандарты качества информации. Критерии оценки качества видеоканала. Критерии оценки качества информационного блока. Критерии уровня качества ведения видеоканала. Оценка видеоканала. Связи с общественностью в редакционной структуре. Коллективных формы управления экономикой. Частный капитал и журналистика.

##### **ТЕМА 14. Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ.**

Маркетинг – основные понятия. Маркетинг прессы. Сегментирование рынка. Планирование стратегии. Продвижение. Распространение издания. Оценка спроса. Стимулирование сбыта. Исследование рынка. Позиционирование издания. Инновация. Маркетинг электронных СМИ. Маркетинг СМИ. Социология журналистики.

##### **ТЕМА 15. Финансовая политика.**

Денежные ресурсы. Привлечение дополнительных инвестиций. Кредитование. Государственные дотации средствам массовой информации. Ценообразование. Себестоимость. Балансовый уровень. Рентабельность продукции. Методы ценообразования. Оптимальная финансовая модель СМИ. Доходы государственной вещательной телерадиокомпаний. Негосударственная производящая компания. Негосударственная вещательная компания. Финансовый план. Модели функционирования СМИ. Бизнес-план СМИ.

##### **ТЕМА 16. Связи с общественностью в редакционной структуре.**

Изучение читательской аудитории. Исследования конкурентов. Прогнозы рыночного состояния. Организация опросов. Работа специалистов направленная на внутреннюю и внешнюю общественность.

#### **РАЗДЕЛ 5. Теория и методика журналистского творчества.**

##### **ТЕМА 17. Журналистское творчество как профессиональная деятельность.**

Редакторская деятельность. Авторская деятельность. Типы творчества. Политический анализ. Экономический анализ. Экологический анализ. Юридический анализ. Военный анализ. Спортивный анализ. Искусствоведческий анализ. Исторический анализ. Нравственный анализ. Социологический анализ. Статистический анализ. Психологический анализ. Художественный анализ. Документалистика Интернет и его использование журналистом. Технические средства в процессе журналистского творчества.

##### **ТЕМА 18. Интернет и его использование журналистом.**

Web - сайт фирмы. Web - сайт организации. Официальные сайты властных структур. Web – пресс – офис.

##### **ТЕМА 19. Журналистское произведение как текст.**

Информационные жанры: Новость. Заметка. Интервью. Беседа. Реплика. Репортаж. Отчет. Виды лидов. Аналитические жанры Корреспонденция статья. Научно-популярная статья. Проблемная статья. Публицистический комментарий. Рецензия. Художественно-публицистические жанры. Зарисовка. Очерк. Юмор. Ирония. Сатирическая заметка. Фельетон. Pamфлет. Отчет. Портретное интервью. Телерепортаж.

## **РАЗДЕЛ 6. СМИ: правовые и этические нормы.**

### **ТЕМА 20. Профессионально-этические правила и нормы**

Профессиональная мораль как модификация общественной нравственности. Прием имитации. Коллективные источники информации. Кодекс Международной организации журналистов. «Хартия поведения» 1918 г. Франция. Понятие «компромата»; проблема «скрытой» рекламы. Манипулирование общественным мнением. Сенсация, как фактор роста рейтинга и дохода издания. Достоверность информации. Пропагандистские материалы. Заказная статья.

### **ТЕМА 21. Законодательное обеспечение свободы слова и информации в постсоветский период.**

Гласность. Цензура. Прогрессивный тип журналистики. Революционно-демократический подход. Классово-политический подход. Предпринимательский подход. Закон «О средствах массовой информации».

### **ТЕМА 22. Законодательство в сфере журналистики.**

Свобода массовой информации как основная функция СМИ в правовом государстве. Понятие юридической культуры. Конституция страны. Общенациональный закон О СМИ в зарубежных странах. Регистрационный принцип. Право собственности. Право на ответ и (или) опровержение. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации». Порядок взаимоотношений СМИ с судами и правоохранительными органами. Правила внутреннего трудового распорядка в редакции. Европейский суд по правам человека. Фонд защиты гласности. Комиссия Союза журналистов по этике. Правовой статус средств массовой информации. Информационная безопасность общества и личности. Законы «Об участии в международном информационном обмене». «О государственной тайне», «Об информации, информатизации и защите информации». Закон «Об авторском праве и смежных правах».

## **РАЗДЕЛ 7. Технические средства массовой коммуникации.**

### **ТЕМА 23. Полиграфическая техника и полиграфические процессы.**

Изобретение И. Гутенберга. О. Мергенталер и изобретение линотипа. Т. Лэнстон и конструкция монотипа. Цинкография. Ротационные машины. Тигельные машины. Составление макета. Технологические стадии производства газеты. Компьютерные издательские программы.

### **ТЕМА 24. Верстка и печать; дизайн полиграфических изданий.**

Раздельная верстка. Модульная сетка. План – макет. Трафаретная печать. Способ высокой печати. Принцип конструирования издания. Эволюция стилей. Основные схемы выпуска газетно - журнальной продукции.

### **ТЕМА 25. Фотография, техника фотосъемки.**

Понятие информационной графики. Фотографические аппараты и их типы. Фотообъектив. Свойства фотопублицистики. Фоторепортаж. Основные конструкции стиля. Традиционный и компьютерный способ обработки фотографии.

### **ТЕМА 26 Технические средства радио и телевидения.**

Техника радио. Радиочастотный спектр и радиочастотный ресурс. Оборудование радиостанций. Студийное оборудование. Перспективы радиовещания. Кабельное и эфирное телевидение. Спутниковое телевидение. Телевидение как СМИ. Павильон студии телевидения. Видеомагнитная запись. Достоинства кабельного ТВ. Сеть спутниковой связи. Метод сжатия сигнала. Цифровое вещание.

### **ТЕМА 27. Компьютерная техника в производстве современной прессы.**

Электронные версии современных газет. Базы данных. Интернет – каталоги. Интерактивные архивы. Аренда дискового пространства. Современные технологии по созданию «личностных» газет.

## 5. ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ

Не предусмотрен.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

#### а) основная

1. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации/ В.В. Ворошилов.- СПб: Издательство Михайлова В.А., 2006. – 494 с.
2. Мрочко Л.В. Теория и практика массовой информации.: Учебное пособие./ Л.В. Мрочко.- М.: Издательство «Флинта», 2006. – 239 с.

#### б) дополнительная

1. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917. - 90-е гг.): Учебное пособие /Под ред. Я.Н. Засурского. -- М.: Издательство Московского университета, 1999. - 304 с
2. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики.: Учебное пособие. Е.П. Прохоров. - М.: Издательство Московского университета, 2000. - 254 с.
3. Тертычный А.А. Жанры периодической печати.: Учебное пособие./А.А. Тертычный. - М.: Издательство «Аспект Пресс», 2000. -312 с.
4. Топчий Р.А. Основы теории коммуникации/Р.А. Топчий. – Томск.: Издательство Томского государственного педагогического университета, 2006. – 151 с.
5. Шостак М.И. Журналист и его произведение/Практическое пособие/М.И. Шостак. - М.: Издательство «Гендальф», 1998. - 96 с.
6. Федотова Л.Н. Анализ содержания - социологический метод изучения средств массовой информации/Л.Н. Федотова. - М.: Издательство Института социологии РАН, 2001. - 202 с.

### 6.2 СРЕДСТВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Библиотечный фонд ТГПУ. Фильмы на DVD. Электронные презентации.

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Специализированная аудитория с мультимедийным комплексом: ноутбук, экран, проектор.

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ И УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### 8.1 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЮ

Подача материала по курсу основана на рассмотрении СМИ как динамично развивающейся системы. Рассматриваются основные этапы и аспекты развития средств массовой информации. Изучаются основы журналистского творчества.

Организационными формами изучения дисциплины являются: лекции, практические занятия, работа с источниками по истории СМИ.

При чтении лекций необходимо придерживаться следующих рекомендаций:

1. В лекциях необходимо сочетать теоретические материалы и практические примеры, представляющие практику средств массовой информации как аспекта развития общества и личности.
2. В целях формирования у слушателей более полного представления о сущности, закономерных тенденциях и противоречиях функционирования массовых информационных процессов, в лекциях необходимо освещать развитие



- зарубежного опыта, сопоставляя его с возможностями применения в российских условиях.
3. Российский опыт в лекциях необходимо рассматривать в динамике перехода от пражурналистских явлений к современной практике, учитывая то обстоятельство, что этот процесс в разных содержательных сферах находится на различных этапах.
  4. Учитывая то, что сфера действия массово-информационных процессов, является достаточно широкой и динамично развивающейся, необходимо добиваться того, чтобы наряду с базовыми учебниками слушатели активно использовали другие источники – нормативно-правовые документы, аналитические и мониторинговые материалы, материалы периодических изданий, интернет-сайты.

Практические занятия включают в себя не только исследование теоретико-познавательного аспекта текстообразования, функциональных особенностей журналистского текста, его технологических характеристик в отражении газетно-журнальной практики и жанрообразование, но и прагматическое моделирование в сфере СМИ и обсуждение ситуационных моделей. Характер заданий содержит различные группы стимулов творческой деятельности журналиста. Аудиторные творческие задания направлены на стимулирование «авторских технологий» работы над текстом; развитию мыслительных способностей.

Программа предполагает проведение семинарских занятий в следующих формах:

- Диспуты, в ходе которых студенты обсуждают материал предварительно прочитанной лекции в свободной форме по перечню предложенных вопросов. Студенты приобретают навыки ведения дискуссии, аргументации выдвигаемых тезисов, анализе высказанных суждений. Диспут завершается обобщением основных позиций.
- Подготовка и презентация докладов. Студенты самостоятельно работают с первоисточниками, анализируют тексты, выясняют содержание, структуру и механизмы противоречий информационного взаимодействия масс-медиа и массовой аудитории, готовят доклады, которые обсуждаются в режиме «вопрос-ответ».
- Деловые игры. Деловые игры в последнее время широко применяются в учебном процессе. Они помогают эффективно решать практические задачи овладения профессией, воздействуют на другие элементы всей системы преподавания той или иной дисциплины. Организуя деловую игру на занятиях по «теории и практике массовой информации», следует рассматривать следующие узловые моменты:
  1. Журналистское произведение как тип текста.
  2. Журналистский текст как результат особого рода творчества.
  3. Социально-экономическая и общественно-политическая жизнь общества и компетентность журналиста.
  4. Процесс воздействия на читателя и социальная позиция журналиста.
  5. Оперативное отражение действительности в журналистике.
  6. Журналистское творчество и культура.
  7. Закономерности журналистского творчества.
  8. Право и этика журналиста.

В ходе курса предполагается проведение двух деловых игр: «Подготовка статьи, очерка, фельетона» и «Дебаты Карла Поппера». Деловые игры проходят по предварительно подготовленному совместно со слушателями сценарию. В завершении игр участники оценивают свои действия, обсуждают ошибки и выделяют важные этапы.

Практические задания и упражнения предполагают активную работу студента в решении проблем игровой или реальной ситуации, в процессе которой происходит

формирование и отработка определенных умений. Исследование конкретных случаев позволяет включить творческое мышление студентов, ликвидирует разрыв между теорией и практикой. Самостоятельная работа по дисциплине предполагает изучение литературных источников, подготовку рефератов и докладов.

Результативность усвоения материала проверяется посредством самоконтроля при ответе на вопросы самостоятельной работы, вопросы семинарских занятий и с помощью тестов. Тесты могут быть использованы для закрепления знаний, как по тематическим разделам, так и по дисциплине в целом.

#### ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ.

1. Детектив как вид информации.
2. Мыльная опера как вид информации.
3. Женский роман как вид информации.
4. Пионерская песня как вид информации.
5. Военная песня как вид информации.
6. Оперетта как вид информации.
7. Анекдот как вид информации.
8. Современный шлягер как вид информации.
9. Телевизионные новости как вид информации.
10. Театр как коммуникация.
11. Кино как коммуникация.
12. Пресс-конференция.
13. Пропаганда как вид информационного воздействия.
14. Молчание как информационная деятельность.
15. Система журналистики в древнем Риме.
16. Система журналистики в древней Греции.
17. Системы журналистики в первобытном обществе.
18. Система журналистики в средние века.
19. Система журналистики в революционный период.
20. Система масс-медиа в переходный период.
21. Теория аттракционов, с. Эйзенштейна и ее использование при анализе коммуникативных процессов.
22. Теория обмена информацией П. Ершова и ее использование в анализе коммуникативных процессов.
23. Использование теории переговоров для анализа драматических текстов.
24. Использование теории переговоров для анализа парламентских дебатов.
25. Коммуникационные модели в психотерапии.
26. Анализ телевизионной рекламы.
27. Мифология переходного периода.
28. Мифология советского времени.
29. Мифология американского кино.
30. Имидж политического лидера.
31. Имидж политической партии.
32. Имидж в шоу-бизнесе.
33. Имидж силовых структур.
34. Имидж страны.
35. Построение корпоративного имиджа.
36. Информационные процессы периода выборов.
37. Построение имиджа партии с помощью телевидения.
38. Построение имиджа кандидата с помощью телевидения.
39. Макроструктуры Т. ван Дейка в анализе новостей.
40. Коммуникативные действия в работе пресс-службы.
41. Точка зрения в разных жанрах.
42. Разрешенные/запрещенные речевые темы в разных ситуациях.
43. Информационная война в Югославии.
44. Информационная война в Чечне.
45. Холодная война как вариант информационной войны.

46. Создание специальных событий как типа коммуникации.
47. Анализ освещения одного события разными СМИ.

Перечень тем и основных направлений рефератов по дисциплине может быть скорректирован в соответствии с актуальностью той или иной проблемы и интересами студентов.

Зачет в 5 и 6 семестрах может проводиться в тестовой форме.

Изучение курса завершается сдачей экзамена (7 семестр).

## 8.2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ СТУДЕНТАМ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

### 8.2.1 *Материалы по организации самостоятельной работы*

Одной из форм подготовки образованной, творческой и профессионально мобильной личности является самостоятельная работа студентов. Под самостоятельной работой студентов (СРС) следует понимать все то, что студент должен сам выполнить, проработать, изучить по заданию, а также под руководством и контролем преподавателя. Таким образом, СРС – это такой вид деятельности, наряду с лекциями и семинарскими занятиями, в ходе которой студент, руководствуясь специальными методическими указаниями преподавателя, приобретает и совершенствует знания, умения и навыки, накапливает опыт практической деятельности.

Самостоятельная работа рассматривается, с одной стороны, как форма обучения и вид учебного труда, осуществляемые без непосредственного вмешательства преподавателя, а с другой – как средство вовлечения студентов в самостоятельную познавательную деятельность, средство формирования у них методов ее организации. Понятие «самостоятельная работа» имеет не одно значение: это форма и метод организации обучения, это специальные задания, предназначенные для самостоятельного выполнения студентами: это работа обучаемых, которая протекает в процессе обучения без непосредственного участия преподавателя. При организации собственно самостоятельной работы студентов роль преподавателя более пассивна. Она сводится, в лучшем случае, к выбору темы, целеполаганию, указанию учебно-методической литературы и форм представления результатов работы для оценки. Традиционно же при самостоятельной работе определяется тема, предлагается перечень вопросов, список литературы, а студенты распределяют вопросы между собой и готовятся по одному из них для выступления на семинарском занятии.

Цепочка СРС выглядит следующим образом: преподаватель по определяет трехуровневые цели деятельности (репродуктивный, продуктивный и творческий) и конкретные формы работы, выстраивает систему мотивации студентов, обеспечивает их учебно-методическими материалами, устанавливает сроки промежуточных отчетов о проделанной работе, организует деятельность творческих групп, читает вводную лекцию, проводит консультации, контролирует результаты самоконтроля и самокоррекции студентов, оценивает результаты их работы (индивидуальные или групповые).

Контроль СРС может осуществляться при помощи промежуточного и итогового тестирования, написания в аудитории письменных контрольных работ, коллоквиумов, промежуточных зачетов др.

Важными средствами достижения эффективности СРС являются, во-первых, регулярная работа студентов в течение всего семестра и, во-вторых, систематический контроль полученных ими знаний.

Конкретными формами самостоятельной работы студентов могут быть:

- подготовка к лекциям, семинарским, практическим и лабораторным занятиям;
- реферирование статей, отдельных разделов монографий;

- изучение учебных пособий;
- изучение и конспектирование хрестоматий и сборников документов;
- изучение тем и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия;
- выполнение контрольных работ;
- написание тематических докладов, рефератов и эссе на проблемные темы;
- аннотирование монографий, или их отдельных глав, статей;
- конспектирование монографий, или их отдельных глав, статей;
- участие студентов в составлении тестов;
- выполнение исследовательских и творческих заданий;
- написание курсовых и дипломной работ;
- составление библиографии и реферирование по заданной теме;
- самостоятельное изучение темы в рамках литературного вечера,
- занятия в архиве, библиографическом отделе библиотеки и др.

В качестве контроля самостоятельной работы могут использоваться следующие формы:

- итоговые семестровые зачеты и экзамены;
- индивидуальные беседы и консультации с преподавателем;
- проверка рефератов и письменных докладов;
- коллоквиумы;
- проверка письменных отчетов;
- тестирование;
- промежуточные зачеты;
- проведение групповых письменных контрольных работ с их проверкой;
- проверка конспектов практических занятий, источников, монографий и статей;

Перечень контрольных вопросов для самостоятельной работы:

1. Массовая информация на ранних этапах развития массовой коммуникации.
2. Коммуникативная природа журналистики.
3. Возникновение газет и журналов.
4. Первая печатная газета в России «Ведомости», характеристика ее информационной практики.
5. Влияние цензуры на развитие Российской журналистики
6. Ежедневная политическая газета, ее роль в системе массовой коммуникации, особенности издания.
7. Государственные и частные органы массовой информации.
8. Состояние и основные тенденции развития прессы Российской империи в конце XIX - начале XX вв.
9. Социальный статус журналистов и издателей и положение печати.
10. Содержание законодательных актов и опыт государственного регулирования деятельности прессы и информационных служб.
11. Особенности развития научных школ в России, Европе и Америке.
12. Метод структурного анализа, социологические методы в журналистской науке и практике. Метод контент-анализа применительно к СМИ.
13. Методы сбора информации в журналистике.
14. Система российской прессы.
15. Возникновение телеграфных агентств.
16. Особенности сбора, производства и распространения информации современным информационным (телеграфным) агентством,

17. Роль печати в ходе революционных событий 1905-1907 гг.
18. Русская пресса в годах Первой мировой войны.
19. Положение печати в первые годы Советской власти.
20. Декрет о государственном издательстве.
21. Газеты «Известия» и «Правда», их роль и место на газетном рынке начала 20-х годов.
22. Утверждение однопартийной советской журналистики в годы Гражданской войны и иностранной военной интервенции (1918-1920гг).
23. Журналистика в конце 20-х и в 30-х годах.
24. Публицистика 30-х годов. М, Кольцов как публицист. Сталинские репрессии и журналистика.
25. Советская журналистика в предвоенные годы.
26. Печать и радио в условиях войны.
27. Становление нового средства информации - массового телевидения.
28. Создание Агентства печати «Новости» и его деятельность в 1991-2000 гг.
29. Возникновение частного информационного агентства ИНТЕРФАКС, его развитие, роль и место в современном информационном потоке.
30. Пресс-центр МИД РФ, другие информационные службы,
31. Состояние массовой информации и журналистики в России 90-х годов.
32. Законы СССР и Российской Федерации о средствах массовой информации
33. Предпринимательская, официальная и партийная печать,
34. Союз журналистов России,
35. Техническое перевооружение средств массовой информации. Интернет,
36. Система средств массовой информации Российской Федерации в начале XXI века.
37. Столичная и общенациональная пресса. Периферийная пресса, ТВ и радио.
38. Функции журналистики, их обоснование.
39. Журналистика, характер и пределы ее властных возможностей.
40. Свобода печати и журналистской деятельности.
41. Инфраструктура средств массовой информации.
42. Журналистика как сфера научной деятельности,
43. Методы исследования журналистики, их эволюция.
44. Редакторский, организаторский и авторский виды журналистской деятельности.
45. Методы сбора информации в журналистике.
46. Заметка как жанр.
47. Отчет и его жанровые особенности.
48. Интервью. Особенности и назначение жанра.
49. Виды интервью в современных СМИ.
50. Композиционно-стилистические особенности репортажа.
51. Статья как аналитический жанр периодической печати.
52. Рецензия как жанр, оценка и анализ событий научной и культурной жизни,
53. Жанр «обозрение», его особенности.
54. Письмо как жанр журналистики.
55. Журналистское расследование как жанр современных средств массовой информации,
56. Жанровая структура радиожурналистики.
57. Выразительные средства радиовещания,
58. Жанровая структура телевизионной публицистики.
59. Изобразительно-выразительные средства телевидения,
60. Профессиональная этика журналиста.
61. Социальная обусловленность позиции журналиста.
62. Редакционный коллектив и нормы служебной этики.
63. Основы современного полиграфического производства
64. Компьютерная технология в полиграфическом производстве.

65. Современные настольные издательские системы.
66. Редакция газеты как производственно-творческая структура.
67. Современное оформление газет и журналов, макетирование и верстка.
68. Требования к газетным и журнальным заголовкам и рубрикам.
69. Оригинал текста, и редакторская работа над ним.
70. Понятие о компьютерном дизайне периодических изданий.
71. Выразительные и изобразительные средства фотографии.
72. Фоторепортаж, его оформление. Фотореклама.
73. Основные стадии производства радиопрограмм.
74. Новые электронные СМИ: техника и технология.
75. Основные стадии производства телевизионных программ.
76. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса.

### 8.2.2 *Материалы по реализации контроля*

В качестве методической помощи студентам при подготовке к зачёту и экзамену рекомендуется перечень вопросов для итогового контроля.

Вопросы к зачету и экзамену :

1. Дожурналистский опыт массовой коммуникации человечества.
2. Развитие устных и письменных форм массово-информационной деятельности.
3. Протожурналистика в древнем Риме.
4. Влияние социальных, культурных, экономических и политических факторов на формирование процесса распространения информации.
5. Массовая информация на ранних этапах развития массовой коммуникации.
6. Возникновение газет в Европе и Америке.
7. Возникновение журналов в Европе и Америке.
8. Массовые коммуникации в допетровской Руси. «Куранты».
9. Первая печатная газета в России «Ведомости», характеристика ее информационной практики.
10. «Академический» период российской журналистики.
11. Частная журналистика середины XVIII в. Издательская деятельность Сумарокова.
12. Влияние идей «Просвещенного абсолютизма» на русскую прессу.
13. Издательская деятельность Екатерины II. Её полемика с Новиковым и Фонвизиным.
14. Первые шаги цензуры в XVIII в.
15. Структура российской периодической печати в первой четверти XIX в.
16. Гонения на прессу после восстания декабристов.
17. Положение российской прессы в 1826-1840 гг.
18. Оживление периодической печати в России в 1836- 1840-х гг. «Период сознания».
19. Цензурный вопрос в период Великих реформ.
20. Частная журналистика в российской провинции во второй половине XIX в.
21. Эмигрантская пресса во второй половине XIX в.
22. Русская пресса в годы первой революции.
23. Русская пресса в годы Первой мировой войны.
24. Формы контроля правительства над средствами информации. Свобода слова и печати в монархической России.
25. Российская печать в 1917 г. Бесцензурный период истории.
26. Введение монополии на печатное слово в 1918 г.
27. Журналистика в России в период НЭПа.
28. Советская журналистика конца 1920-х – 1930-х гг.
29. Начало радиовещания в СССР.

30. Печать им радио СССР в годы войны.
31. Положение советских СМИ в 1946-1953 гг.
32. Роль СМИ в уничтожении культа личности Сталина.
33. Деятельность средств массовой информации в период «Оттепели».
34. Количественный и технический рост советских СМИ в 1960-х – 1980-х гг.
35. Неосталинистские и либеральные («Самиздат») тенденции в прессе 1960-х – 1980-х гг.
36. «Гласность» и советские СМИ периода «Перестройки».
37. Российские СМИ в 1990-х гг.
38. Система средств массовой информации Российской Федерации в начале XXI века.
39. Журналистика как вид творчества в России.
40. Исследовательская и научная деятельность в сфере журналистики.
41. Методы исследования журналистики.
42. Применение исследований для анализа газетного рынка.
43. Особенности развития научных школ, в России, Европе и Америке.
44. Метод структурного анализа, социологические методы в журналистской науке и практике. Метод контент-анализа применительно к СМИ.
45. Методы сбора информации в журналистике.
46. Особенности сбора, производства и распространения информации современным информационным (-телеграфным) агентством.
47. Правовое обеспечение деятельности средств массовой информации в современной России.
48. Этические проблемы в журналистской деятельности.
49. Интернет, особенности его информационной деятельности.
50. Столичная и общенациональная пресса. Периферийная пресса, ТВ и радио.
51. Журналистика как фактор социального управления.
52. Функции журналистики, их обоснование.
53. Инфраструктура средств массовой информации.
54. Журналистика как сфера научной деятельности.
55. Возникновение научных школ и создание научных центров по исследованию истории, теории и практики СМИ.
56. Методы исследования журналистики, их эволюция.
57. Редакторский, организаторский и авторский виды журналистской деятельности.
58. Методы сбора информации в журналистике.
59. Заметка как жанр. Литературное оформление заметок.
60. Отчет и его жанровые особенности.
61. Отчет в современной прессе.
62. Интервью. Особенности и назначение жанра.
63. Виды интервью в современных СМИ.
64. Репортаж. История становления жанра. Композиционно-стилистические особенности репортажа.
65. Аналитические возможности «информационных жанров» - отчета, корреспонденции, интервью, их использование в современной прессе.
66. Статья как аналитический жанр периодической печати.
67. Рецензия как жанр, оценка и анализ событий научной и культурной жизни, произведений науки и искусства.
68. Жанр «обозрение», его особенности.
69. Письмо как жанр журналистики.
70. Журналистское расследование как жанр современных средств массовой информации, его особенности.
71. Жанровая структура радиожурналистики.

72. Выразительные средства радиовещаний.
73. Жанровая структура телевизионной публицистики.
74. Изобразительно-выразительные средства телевидения.
75. Структура редакции.
76. Редакция газеты как. производственно-творческая структура.
77. Современное оформление газет и журналов, макетирование и верстка. Оригинал текста и редакторская работа над ним.
78. Основные стадии производства радиопрограмм.
79. Новые электронные СМИ: техника и технология.
80. Основные стадии производства телевизионных программ.
81. Организация телевизионного вещания.
82. Средства массовой информации и рынок.
83. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса.

Вопросы 1-40, к зачету в пятом семестре, 41-60 к зачету в шестом семестре, вопросы 1-83 – к экзамену.

Программа учебно методического комплекса составлена в соответствии с государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по специальности 350400 «Связи с общественностью».

Программу УМКД составил  
Доцент, к.и.н., \_\_\_\_\_ Топчий Р.А.

Программа учебно методического комплекса утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2010 г.  
Зав.кафедрой \_\_\_\_\_ Булатова Т. А.

Программа учебно методического комплекса одобрена методической комиссией ФПСОР ТГПУ,  
Председатель методической комиссии ФПСОР, к.пс.н. кафедры психологии развития личности \_\_\_\_\_ Буравлева Н.А.



## ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ

Дополнения и изменения в программу УЧЕБНО МЕТОДИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА  
ОПД.Ф.09 «ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ»

на 2009/10 г.

В программу УЧЕБНО МЕТОДИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА вносятся следующие изменения и дополнения:

### 1) в раздел 6.1 РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

#### б) дополнительная

Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации.:  
Учебник./А.Г. Киселев. – М.: Издательство «КноРус», 2009. – 432 с.

### 2) в раздел 8.2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

#### 8.2.1 *Материалы по организации самостоятельной работы*

Рассчитайте модель рентабельной газеты, выбрав любой вариант (тираж 5, 10,25,50,75,100 и 300 тысяч экземпляров; объем 4,8,16,32,64 страницы), по приведенному примеру:

Еженедельная информационно-рекламная газета. Тираж — 20 тыс. экз., объем номера — 16 стр., цена 1 экз. — 4 руб., реклама не публикуется.

При таком раскладе выручка от продажи месячного тиража составит 80 тыс. руб., Налог на нее (НДС) в размере 10 % = 8 тыс. руб., федеральный налог (1,5 %) = 1,2 тыс. руб. Отсюда чистая выручка с одного номера - 71,8 тыс. руб.

Рассчитаем издательские расходы по этому варианту. Для производства тиража требуется 0,48 т. бумаги (16/2 x 20 x 3), округлим до 0,5 т. Следовательно, затраты на бумагу составят 35 тыс. руб. (0,5 x 70 тыс.). Допустим, что типографские услуги обойдутся редакции в 5 коп. за страницу (0,8 за номер) или 16 тыс. руб. за весь тираж. Доля услуг почтовой связи в общей подписной цене газеты по России составляет 38 %. Расходы, связанные с распространением газеты нашего варианта, можно оценить в 35 % той же выручки, или 28 тыс. руб. (80 тыс. x 0,35). Гонорар из расчета 500 руб. за страницу равен 8 тыс. руб. Тогда сумма всех издательских расходов будет равна 87 тыс. руб. (35 + 16 + 28 + 8).

Из этой суммы и надо исходить при планировании редакционных расходов. Они значительно меньше издательских и составляют 20-25 % издательских затрат. Допустим, что по данному варианту для 16-полосной газеты понадобится 8 сотрудников со среднемесячной зарплатой 2000 руб. Тогда месячный фонд оплаты труда = 16 тыс. руб. Сюда надо добавить единый социальный налог — 38 %. Окончательно расходы на формирование месячного фонда оплаты труда составят 22,08 тыс. руб. (16 тыс. + 16 x 0,38), а на один номер — 5,502 тыс. руб. К редакционным расходам относятся и другие затраты, связанные с отчислением в пенсионный фонд, с недвижимостью и техникой (аренда помещений, мебели, их содержание, страхование, текущий ремонт и амортизационные отчисления); текущими расходами (канцелярские, почтово-телеграфные, транспортные, покупка фотоматериалов, абонентная плата за телефон, радио, телевидение); в крупных редакциях определенные суммы идут на образование редакционного бюджета маркетинга, на страхование жизни журналистов, на создание фонда представительских расходов (прием гостей, делегаций, встречи с активом за чашкой кофе). Есть и сравнительно небольшие расходы: подписка на газеты и журналы, рассылка обязательных и обменных экземпляров издания.

Примем во внимание, что редакционные расходы равны 20 % издательских, или 17,4 тыс. руб. (87 x 0,2). Общие затраты на выпуск одного номера газеты составят 104,4 тыс. руб. (87 + 17,4).

Программа УЧЕБНО МЕТОДИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА составлена в соответствии с государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по специальности 350400 «Связи с общественностью».

Изменения в программу УМКД внес:

к.и.н., доцент кафедры

рекламы и связей с общественностью \_\_\_\_\_ Топчий Р.А.

Программа учебно методического комплекса утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Зав.кафедрой \_\_\_\_\_ Булатова Т. А.

Программа учебно методического комплекса одобрена методической комиссией ФПСОР ТГПУ,

Председатель методической комиссии ФПСОР, к.п.с.н. кафедры психологии развития личности \_\_\_\_\_ Буравлева Н.А.

Согласовано:

Декан ФПСОР \_\_\_\_\_ Грицкевич Н.К.