

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой менеджмента

Протокол от «27» декабря 2021 г.

№ 6

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ
компетентностного типа**

Б1.О.24 Модуль «Теории коммуникации»

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в публичной и
частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

формы обучения: очная, заочная

Год набора - 2021

Новосибирск, 2021

Автор(ы)–составитель(и):

доцент кафедры менеджмента

Белая Елена Александровна

доцент кафедры менеджмента

Бондаренко Ирина Викторовна

преподаватель кафедры менеджмента

Иванова Марина Владимировна

доцент кафедры менеджмента

Матюнин Владимир Михайлович

заведующий кафедрой менеджмента

Симагина Ольга Владимировна

доцент кафедры менеджмента

Филиппов Дмитрий Викторович

Заведующий кафедрой менеджмента

Доктор экономических наук, доцент

Симагина Ольга Владимировна

Оглавление

| | |
|--|----|
| 1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы..... | 4 |
| 2. Объем и место модуля в структуре ОП ВО..... | 5 |
| 3. Содержание и структура модуля..... | 5 |
| 4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся модулю..... | 18 |
| 5. Методические материалы по освоению модуля..... | 28 |
| 6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет..... | 28 |
| 7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы..... | 31 |

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО МОДУЛЮ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

1.1. Модуль Б1.О.24 «Теории коммуникации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

| Код компетенции | Наименование компетенции |
|-----------------|---|
| ОПК-2 | Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах |

1.2. В результате освоения модуля у студентов должны быть сформированы:

| ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия | Код компетенции | Результаты обучения |
|--|-----------------|---|
| | ОПК-2 | <p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы теории коммуникаций; – знание системы средств массовой коммуникации; – базовые знания об интегрированных коммуникациях и информационном обеспечении коммуникационных кампаний и мероприятий; <p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> – умение использовать профессиональные знания в коммуникационных кампаниях и мероприятиях; – способность к определению целевых аудиторий при проведении коммуникационных кампаний; – уметь применять теоретические знания при формировании текстов рекламы и связей с общественностью; <p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> – владения современными технологиями социологических исследований (наблюдение, опросы, анкетирование и др.); – использования различных инструментов получения и использования общественной информации; – анализа информации, полученной из разнородных ресурсов. |

1.3. Последовательность освоения компонентов компетенции в структуре модуля

| Наименование раздела в структуре модуля | Код компонента компетенции | Наименование компонента компетенции | Кафедра, отвечающая за формирование компонента компетенции |
|---|----------------------------|--|--|
| Блок теоретического обучения | | | |
| Основы теории коммуникации | ОПК-2.1 | Способность применять методы социологического исследования для определения тенденций государственных и общественных институтов | Менеджмента |
| | ОПК-2.2 | Способен на основе теоретических знаний решать профессионально ориентированные задачи электронными средствами | Менеджмента |
| Теория и практика массовых коммуникаций | ОПК-2.3 | Способность применить навыки самостоятельного поиска и отбора информации, актуального для конкретного медиапродукта. | Менеджмента |

2. ОБЪЕМ И МЕСТО МОДУЛЯ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Общий объем модуля в зачетных единицах 7, 189 астрономических часов, 252 академических часа.

Количество академических часов **очной формы** обучения, выделенных:
на контактную работу с преподавателем - 74 часа (практических (семинарских) занятий); на самостоятельную работу обучающихся – 151 час;

Количество академических часов **заочной формы** обучения, выделенных:
на контактную работу с преподавателем - 40 часов (практических (семинарских) занятий); на самостоятельную работу обучающихся – 195 часов;

Место модуля в структуре образовательной программы:

В рамках модуля «Теории коммуникации» осваивается ОПК-2 «Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах» на основе освоения УК.

3. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА МОДУЛЯ

Очная форма обучения

| № п/п | Наименование тем и/или разделов | Объем дисциплины (модуля), час. | | | | | | Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации* |
|-------------------------------------|--|---------------------------------|---|--------|--------|-----|----|--|
| | | Всего | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | | СР | |
| | | | Л/ДОТ | ЛР/ДОТ | ПЗ/ДОТ | КСР | | |
| Блок теоретического обучения | | | | | | | | |
| | Раздел 1. Основы теории коммуникации | | | | | | | |
| 1 | Введение. Предмет, цели и задачи курса | 8 | | | 2 | | 5 | О ₁ |
| 2 | Основные этапы развития теории коммуникации | 8 | | | 2 | | 5 | УД ₁ |
| 3 | Методы исследования и анализа коммуникации | 8 | | | 2 | | 5 | К ₁ |
| 4 | Коммуникативный процесс | 8 | | | 3 | | 5 | О ₂ |
| 5 | Субъекты коммуникации | 8 | | | 3 | | 5 | Т ₁ |
| 6 | Вербальная коммуникация | 8 | | | 3 | | 5 | О ₃ |
| 7 | Невербальная коммуникация | 8 | | | 3 | | 6 | УД ₂ |
| 8 | Семиотика | 8 | | | 3 | | 6 | К ₂ |
| 9 | Формы речевой коммуникации | 8 | | | 3 | | 6 | Т ₂ |
| 10 | Устноречевая и письменноречевая коммуникация | 9 | | | 3 | | 6 | УД ₃ |
| 11 | Межличностная коммуникация | 9 | | | 3 | | 6 | УД ₄ |
| 12 | Коммуникация в малой группе | 9 | | | 3 | | 6 | О ₄ |
| 13 | Массовая коммуникация | 9 | | | 3 | | 6 | Т ₃ |
| 14 | Публичная коммуникация | 9 | | | 3 | | 6 | О ₅ |
| 15 | Политическая коммуникация | 9 | | | 3 | | 6 | УД ₅ |
| 16 | Синтетические виды коммуникации | 9 | | | 3 | | 6 | К ₃ |

| | | | | | | | | |
|-------------------------|--|------------|--|--|-----------|--|------------|----------------|
| 17 | Межкультурная коммуникация | 9 | | | 3 | | 6 | К ₃ |
| | Раздел 2. Теория и практика массовых коммуникаций | | | | | | | |
| 1 | Массовая информация, коммуникация и коммуникационный процесс. | 9 | | | 2 | | 4 | О, ПЗ, ДК |
| 2 | Особенности прессы, радио, ТВ, Интернет-СМИ. | 9 | | | 2 | | 4 | К, ГД |
| 3 | Системные характеристики, типология, функции СМИ. | 9 | | | 2 | | 4 | О, ДК, РИ, ПЗ |
| 4 | Правовой режим массовой информации. | 9 | | | 2 | | 4 | ПЗ, ГД |
| 5 | Концепция и содержание журналистской этики. | 9 | | | 2 | | 4 | ДК, О |
| 6 | Принципы редакционного менеджмента. | 9 | | | 2 | | 5 | О, ДК, РИ |
| 7 | Медиаэкономика России и зарубежных стран, маркетинг в структуре менеджмента СМИ. | 9 | | | 2 | | 5 | ГД, К |
| 8 | Принципы журналистской деятельности | 9 | | | 2 | | 5 | РИ, О, ГД |
| 9 | Методы исследования действительности в журналистике и медиатекст | 9 | | | 2 | | 5 | О, ПЗ, ГД |
| 10 | Жанровая система журналистских произведений | 9 | | | 2 | | 5 | ПЗ, ДК |
| 11 | Техника и технология периодических изданий, радиовещания, телевидения | 9 | | | 3 | | 5 | О, ГД |
| 12 | Технологические принципы СМИ в сети Интернет | 9 | | | 3 | | 5 | ПЗ, ДК |
| Всего по блоку 1 | | 252 | | | 74 | | 151 | |

| | | | | | | | |
|-------------------------|------------|--|--|-----------|--|------------|--|
| Всего по модулю: | 252 | | | 74 | | 151 | |
|-------------------------|------------|--|--|-----------|--|------------|--|

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР – лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР – индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ – занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности.

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

Формы заданий текущего контроля успеваемости: контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол) и т.п.) и виды учебных заданий (эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д).

Заочная форма обучения

| № п/п | Наименование тем и/или разделов | Объем дисциплины (модуля), час. | | | | | СР | Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации* * |
|-------------------------------------|---|---------------------------------|---|------------|------------|---------|----------|---|
| | | Всего | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | | | |
| | | | Л/ ДОТ | ЛР/ ДОТ | ПЗ/ ДОТ | КС Р | | |
| Блок теоретического обучения | | | | | | | | |
| | Раздел 1. Основы теории коммуникации | | | | | | | |
| 1 | Введение. Предмет, цели и задачи курса | 8 | | | 1 | | 6 | О ₁ |
| 2 | Основные этапы развития теории коммуникации | 8 | | | 1 | | 6 | УД ₁ |
| 3 | Методы исследования и анализа коммуникации | 8 | | | 1 | | 6 | К ₁ |
| 4 | Коммуникативный процесс | 8 | | | 1 | | 6 | О ₂ |
| 5 | Субъекты коммуникации | 8 | | | 1 | | 6 | Т ₁ |

| | | | | | | | | |
|----|---|---|--|--|---|--|---|-----------------|
| 6 | Вербальная коммуникация | 8 | | | 1 | | 6 | О ₃ |
| 7 | Невербальная коммуникация | 8 | | | 1 | | 6 | УД ₂ |
| 8 | Семиотика | 8 | | | 1 | | 7 | К ₂ |
| 9 | Формы речевой коммуникации | 8 | | | 1 | | 7 | Т ₂ |
| 10 | Устноречевая и письменноречевая коммуникация | 9 | | | 1 | | 7 | УД ₃ |
| 11 | Межличностная коммуникация | 9 | | | 2 | | 7 | УД ₄ |
| 12 | Коммуникация в малой группе | 9 | | | 2 | | 7 | О ₄ |
| 13 | Массовая коммуникация | 9 | | | 2 | | 7 | Т ₃ |
| 14 | Публичная коммуникация | 9 | | | 2 | | 7 | О ₅ |
| 15 | Политическая коммуникация | 9 | | | 2 | | 7 | УД ₅ |
| 16 | Синтетические виды коммуникации | 9 | | | 2 | | 7 | К ₃ |
| 17 | Межкультурная коммуникация | 9 | | | 2 | | 7 | К ₃ |
| | Раздел 2. Теория и практика массовых коммуникаций | | | | | | | |
| 1 | Массовая информация, коммуникация и коммуникационный процесс. | 9 | | | 1 | | 6 | О, ПЗ, ДК |
| 2 | Особенности прессы, радио, ТВ, Интернет-СМИ. | 9 | | | 1 | | 7 | К, ГД |
| 3 | Системные характеристики, типология, функции СМИ. | 9 | | | 1 | | 7 | О, ДК, РИ, ПЗ |
| 4 | Правовой режим массовой информации. | 9 | | | 1 | | 7 | ПЗ, ГД |
| 5 | Концепция и содержание журналистской этики. | 9 | | | 1 | | 7 | ДК, О |
| 6 | Принципы редакционного менеджмента. | 9 | | | 1 | | 7 | О, ДК, РИ |
| 7 | Медиаэкономика России и | 9 | | | 1 | | 7 | ГД, К |

| | | | | | | | | |
|-------------------------|---|------------|--|--|-----------|--|------------|-----------|
| | зарубежных стран, маркетинг в структуре менеджмента СМИ. | | | | | | | |
| 8 | Принципы журналистской деятельности | 9 | | | 1 | | 7 | РИ, О, ГД |
| 9 | Методы исследования действительности в журналистике и медиатекст | 9 | | | 2 | | 7 | О, ПЗ, ГД |
| 10 | Жанровая система журналистских произведений | 9 | | | 2 | | 7 | ПЗ, ДК |
| 11 | Техника и технология периодических изданий, радиовещания, телевидения | 9 | | | 2 | | 7 | О, ГД |
| 12 | Технологические принципы СМИ в сети Интернет | 9 | | | 2 | | 7 | ПЗ, ДК |
| Всего по блоку 1 | | 252 | | | 40 | | 195 | |
| Всего по модулю: | | 252 | | | 40 | | 195 | |

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР – лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР – индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ – занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности.

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

Формы заданий текущего контроля успеваемости: контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол) и т.п.) и виды учебных заданий (эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д).

Содержание блока теоретического обучения

Раздел 1. Основы теории коммуникации

Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Основы теории коммуникации»

Коммуникация как объект научного исследования. Проблема предмета теории коммуникации. Исследование коммуникации в философии, социальной психологии, лингвистике, культурологии, биологии. Н. Луман о роли коммуникации в современном

обществе. Коммуникация как социальное и природное явление. Структура коммуникативного знания и уровни обобщения коммуникативного знания.

Специфика законов и категорий теории коммуникации. Роль коммуникации в информационном обществе. Понятие "общение", "коммуникация", "речевая деятельность". Методологический аспект. Основные значения коммуникации. Место теории коммуникации в системе социологического знания. Проблематика коммуникации как единая взаимосвязанная система.

Исторические вехи возникновения коммуникации в социуме. Антропосоциогенезис и социальная коммуникация. Механизмы имитации и интердикции на самых ранних этапах развития предка человека в качестве регуляторов взаимодействия. Механизмы суггестии и контрсуггестии. Возникновение письменности. Книгопечатание. Возникновение и развитие электронной коммуникации.

Тема 2. Основные этапы развития теории коммуникации

Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли. Проблема коммуникации в античной культуре. Риторика и этика. Растворенность индивидуального существования в коллективности полисной общины. Коммуникативная проблематика в христианской и новоевропейской культуре. Гомилетика. Гуманистическое мирозерцание Возрождения и Нового времени. Современные концепции коммуникации. Подходы технократического и интеракционного характера. Теории массовой коммуникации.

Тема 3. Методы исследования и анализа коммуникации

Коммуникативные процессы и моделирование. Системный подход в теории коммуникации. Использование сравнительно-исторического метода для понимания различных периодов развития явлений, имеющих общие основания. Методы социологических исследований и коммуникативный процесс.

Анализ коммуникации. Понятие контент-анализа. Коммуникативные процессы и моделирование. Системный подход в теории коммуникации. Использование сравнительно-исторического метода для понимания различных периодов развития явлений, имеющих общие основания. Методы социологических исследований и коммуникативный процесс.

Тема 4. Коммуникативный процесс

Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации. Специализированной и массовой коммуникации. Сообщение (информация), код, канал.

Факторы и барьеры коммуникации: психологические, языковые, социальные. Понятие эффективности коммуникации. Характеристики эффективности СМК.

Темы 5. Субъекты коммуникации

Коммуникатор, содержание, аудитория как составные части коммуникативной цепи, влияние каждого звена на эффективность коммуникации. Фигура коммуникатора: индивидуальное и институциональное в коммуникаторе. Престижность, надежность, доверительность как факторы общения с конкретным коммуникатором. Аудитория коммуникации, ее виды, психология аудиторий: объективные и субъективные характеристики. Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста.

Тема 6. Вербальная коммуникация

Средства коммуникации. Место естественного языка среди других знаковых систем. Соотношение «язык — речь». Речевое общение как способ коммуникации. Функции речи. Речь как способ передачи информации. Типы дискурсов. Моделирование дискурса: ментальная модель, фреймы, сценарии. Возможности вербального воздействия на человека.

Тема 7. Невербальная коммуникация

Информация как передача когнитивной, волюативной и экспрессивной структуры; влияние на содержание сферы производства информации и сферы ее потребления. Невербальные средства коммуникации.

Тема 8. Семиотика

Содержание коммуникации, понятие языка коммуникации; семиотика языка: синтактика, прагматика, семантика коммуникации, синтаксис коммуникативного акта. Семиотика коммуникативного. Понятие знака. Типология знаков. Знак как средство передачи информации различного рода: компоненты значения знака. Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков. Семиотические особенности различных коммуникативных систем.

Тема 9. Формы речевой коммуникации

Диалог. Монолог. Спор как разновидность речевой коммуникации. Стратегия и тактика аргументации. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию.

Тема 10. Устноречевая и письменноречевая коммуникация

Свойства и ситуативная обусловленность устноречевой коммуникации. Виды устноречевой коммуникации. Умение говорить. Умение слушать. Обратная связь в говорении и слушании. Применение умений говорения и слушания для повышения эффективности коммуникации

Письменноречевая коммуникация. Письменноречевая коммуникация: свойства, виды и функции. Навыки и умения письма и чтения. Речевое воздействие письменной информации. Типы фиксации письменноречевых произведений. Реализация синтеза речевых умений разных видов в учебно-научной и профессиональной коммуникации.

Тема 11. Межличностная коммуникация

Коммуникативная личность как составная часть аудитории коммуникации. Особенности межличностной коммуникации. Сущность и функции межличностной коммуникации. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.

Тема 12. Коммуникация в малой группе

Специфика коммуникация в малых группах. Понятие, виды и функции коммуникации в малой группе. Структура и динамика коммуникации в малой группе. Прагматика коммуникации в малых группах

Тема 13. Массовая коммуникация

Сущность функции и особенности массовой коммуникации. Моделирование массовой коммуникации, особенности структурных элементов массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации.

Раздел 4. Профессионально-ориентированная коммуникация

Тема 14. Публичная коммуникация

Публичная коммуникация и ее формы. Жанры публичной коммуникации. Устная публичная учебная коммуникация. Деловая коммуникация. Публицистическая коммуникация.

Тема 15. Политическая коммуникация

Определение политической коммуникации. Электоральная коммуникация. Модели политической коммуникации. Маркетинговые и немаркетинговые коммуникации.

Тема 16. Синтетические виды коммуникации

Особенности передачи информации: одновременное распространение по разным каналам, синтезирование разнородных средств коммуникации. Специфика коммуникации в изобразительном искусстве, архитектуре, танце, музыке, театральном искусстве, литературе. Коммуникативные системы кино и телевидения. Мифологическая и художественная коммуникации. Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации.

Тема 17. Межкультурная коммуникация

Понятие межкультурных коммуникаций. Социально-психологические сценарии поведения в различных культурах. Основные принципы межкультурной коммуникации.

Раздел 2. Теория и практика массовых коммуникаций

Тема 1. Массовая информация, коммуникация и коммуникационный процесс

Информация: определение понятия, обыденное и научное содержание термина. Виды информации и критерии классификации. Биологическая (генетическая) и социальная информация. Носители, источники социальной информации. Качественные свойства информации с точки зрения эффективности процесса коммуникации. Факторы потребности человека в информации. Массовая информация как разновидность социальной информации, система с «открытыми границами». Виды информационной деятельности (Б. Грушин) и жизненные циклы информации. Понятие ценности информации.

Виды и уровни коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникация. Группы невербальной коммуникации: кинесика, такесика, сенсорика, проксемика, хронемика. Основные знаковые системы. Языковые различия в процессе коммуникации. Ритуалы в коммуникации. Структура коммуникационного процесса: источник и получатель; канал, язык, коды; функции и цели; объекты сообщения; эффекты планируемые и не планируемые; обратная связь; барьеры и шумы. Виды коммуникативных барьеров. Модели коммуникационного процесса. Модель Аристотеля. Модель Г. Лассуэлла. Модель К. Шеннона и У. Уивера. Модель М. де Флера. Циркулярная модель коммуникации. Категория «лидеры мнений» и модель двухступенчатого потока. Модель «ИСКП».

Отличительные элементы массовой коммуникации. Массовость и социальная значимость как определяющие характеристики массовой коммуникации. Диахронность, диаатопность, мультиплицирование, симультанность, репликация как уникальные свойства массовой коммуникации. Факторы отбора информации массовой аудиторией. Асимметричность отношений передающей и принимающей стороны. Базисные и технологические субъекты; субъекты влияния. Аудитория как объект и субъект медиакоммуникации. Базовые характеристики исследования аудитории. Аудитория как группа. Аудитория как массовый рынок. Цели и инструменты измерения аудитории.

Тема 2. Особенности прессы, радио, ТВ, Интернет-СМИ и подходы их изучения

Средства массовой информации и пропаганды (СМИиП), средства массовой информации (СМИ) и средства массовой коммуникации (СМК): сопоставительная характеристика терминов. Медиа как преимущественные носители массовой информации. Современные виды СМИ. Междисциплинарный анализ СМИ. Общая характеристика эволюции исследовательского процесса в области СМИ в XX в.: от гипнотического эффекта масс-медиа к теориям ограниченных эффектов. Влияние эмпирических исследований на теорию о массовых коммуникациях. Исследовательские школы и их вклад в становление теории о СМИ. Медиа-ориентированные и социально-ориентированные подходы изучения СМИ. Масс-медиа в контексте продуцируемых и распространяемых в обществе идей, ценностей как основа культурологического подхода в изучении СМИ. Акцент на изучении структуры отношений собственности, особенностей рыночных связей в сфере массовой коммуникации в материалистических теориях СМИ. Четыре типа теорий СМИ по Маккуэйлу: нормативные теории, общественно-научные теории, функциональные теории, теории здравого смысла. Медиология как новая наука.

Отличие медиainститута от других институтов знаний (искусства, религии, науки, образования). Критерии определения достоинств и недостатков основных медианосителей. Специфика печатных СМИ. Плюсы и минусы радио. Положительные и отрицательные свойства телевидения. Телевидение как универсальный способ передачи информации. Информационные агентства как СМИ особого типа. Тенденции развития форматов взаимодействия. Особенности восприятия печатной, аудио- и видеoinформации. Публичная и приватная сфера потребления медиа. Требования аудитории к контенту.

Особенности on-line СМИ и основные проблемы медиасферы в Интернете. Реклама как особая форма коммуникации в СМИ. Масс-медиа в контексте «экранной культуры». Триумф кинематографа. Вызовы информационной эпохи: телекратия и клиповая культура, Интернет и «виртуальная реальность», глобализм и поиск новой идентичности.

Тема 3. Системные характеристики, типология, функции СМИ

Структурные элементы системы СМИ. Отрасль печатных СМИ. Радио. Телевидение. Основные информационные агентства России и их направленность. Двойственное положение Интернет-СМИ в системе медиа. Компоненты системы с точки зрения функционирования СМИ: технологическая, экономическая, редакционная, информационная, организационная структуры, структура аудитории СМИ. Система СМИ и ее среда. Тенденции формирования системы СМИ постсоветской России. Понятие инфраструктуры. Информационные службы, рекламные агентства, пресс-центры в массовом информационном процессе. Техническая часть инфраструктуры СМИ и актуальные проблемы ее развития. Система работы с кадрами. Организационно-управленческая структура и ее элементы.

Понятие типологии и значение типологизации СМИ. Типологические критерии СМИ. Основные параметры типологии печати, радио, телевидения, Интернет-СМИ. Типология информагентств: национальные, специализированные, региональные, сетевые. Глобальные агентства. Потребители агентской информации: профессионалы и массовая аудитория. Специфика информационных продуктов. Факторы формирования и эволюции типологической структуры современной России. Ранжирование аудитории по типу медиа, каналу, контенту. Типология медиаэффектов (время и интенсивность). Российские радиохолдинги в XXI веке. Телеландшафт современной России.

Представления о ролевом назначении СМИ в различных общественно-политических системах. Функции СМИ с точки зрения «четырёх теорий прессы». Критика и эволюция концепции «Четыре теории прессы» в работах Г. Альтшулла, К. Спаркса, Р. Уильямса, Д. Макуэйла. Модели журналистики и роль СМИ в коммуникационном процессе: манипулятивная, двусторонняя симметричная. Нетождественность понятий «функции СМИ» и «функции журналистики». СМИ как полифункциональный субъект. Подходы к определению функций СМИ как социального института. Функция формирования повестки дня. Журналист: манипулятор или медиатор. Медиа-коммуникация как средство социализации личности.

Тема 4. Правовой режим массовой информации

Роль правового регулирования СМИ. Сферы и отношения, регламентируемые законодательством о СМИ. Типы законов, обеспечивающих правовое регулирование СМИ. Концепции свободы печати как основа различных национальных законов о СМИ: американская, английская, французская, немецкая. Роль законодательных организаций и учреждений в аудиовизуальной сфере. Законодательная защита информационных интересов личности и государства. Регулирование рекламы: источники, обязанности и сфера ответственности участников. Правовые основы организации деятельности редакции СМИ. Стадии обретения правового состояния СМИ. Условия учреждения СМИ. Процесс регистрации СМИ. Проблемы лицензирования СМИ. Внешние и внутренние правоотношения в сфере СМИ. Учредитель, издатель, редакция, главный редактор, журналист как основные субъекты правовых отношений. Устав и договорные документы в системе права СМИ. Правовое положение журналиста. Права и обязанности журналиста. Правовая культура специалистов в сфере СМИ.

Общие принципы и источники законодательства о СМИ постсоветской России. Закон РФ «О средствах массовой информации» как структурообразующий документ для различных правовых норм. Основные федеральные законы, регламентирующие деятельность СМИ в России. Типы подзаконных актов органов исполнительной власти в системе права СМИ. Основные нарушения правовых норм журналистами и их правовое регулирование. Защита чести, достоинства и деловой репутации. Неприкосновенность

частной жизни. Компромат, «скрытая реклама», проблема факта и комментария как юридические вопросы. Подходы к регулированию Интернета в национальных медиасистемах.

Право на информацию и сведения, относящиеся к тайне. Взаимосвязь понятий «право на информацию» и «доступ к информации». Поиск и получение информации журналистом в различных учреждениях: федеральных законодательных и исполнительных органах власти, судах, избирательных комиссиях, органах местного самоуправления. Институт аккредитации. Алгоритм получения информации по письменному запросу редакции. Ограничение доступа к информации: условия, механизмы. Виды тайн на информацию и их соблюдение. Государственная тайна. Конфиденциальная информация. Перечень сведений, доступ к которым запрещено ограничивать. Гарантии неприкосновенности частной жизни. Ответственность журналиста за распространение секретной информации. Защита источника информации. Международное право о свободе слова и свободе обмена информацией. Свобода слова и информации в период проведения выборов в органы государственной власти.

Тема 5. Концепция и содержание журналистской этики

Понятие этики и рациональность как ключевой компонент этого понятия. Профессиональная специфика этических принципов. Содержание журналистской этики как теоретическая и практическая проблема. Три дилеммы медийной этики: универсальное против частного, индивидуализм или коммунитаризм, свобода или регулирование. Профессиональная этика как регулятор творческого поведения журналиста. Этические нормы в области отношений «журналист – журналист», «журналист – аудитория», «журналист – источник информации», «журналист – персонаж», «журналист – автор», «журналист – редакционный коллектив». Компромат, «скрытая реклама», проблема факта и комментария как этические вопросы. Общие черты развития профессиональной этики в России. Концепция и содержание журналистской этики: опыт зарубежных стран.

Тема 6. Принципы редакционного менеджмента

Направления менеджмента в сфере СМИ. Редакционно-издательский менеджмент. Финансовый менеджмент. Маркетинговый менеджмент. Кадровый менеджмент. Экономические принципы менеджмента СМИ. Миссия и концепция СМИ как основа стратегического менеджмента. Концепция издания как паспортизация всех внутренних и внешних процессов производства медиа-продукта. Индустрия СМИ на этапе гиперперемен: деструктуризация финансового и рекламного рынков, «цифровая» революция. Модели взаимоотношений «СМИ-власть». Медиapolитика государства и трансформация медиасреды. Основные направления редакционного менеджмента. Миссия, стандарты, бизнес-цели СМИ. Стратегический и оперативный менеджмент СМИ. Планирование работы редакции. Виды структуры редакции: пирамидальная, линейная, функциональная. Сложные редакции, медиа-холдинги и проблема координации деятельности объединенных редакций СМИ. Функциональное разделение редакции: творческая, техническая и коммерческая части. Формирование баз данных. Виды планов в редакции: календарный, тематический, рекламный, план информационных кампаний. Стандартизация процессов и творческая индивидуальность. Менеджмент новостей.

Тема 7. Медиаэкономика России и зарубежных стран, маркетинг в структуре менеджмента СМИ

Теории постиндустриального общества и медиаэкономика: концепция общества знаний (knowledge society), сетевой капитализм М. Кастеллса, экономика знаков и пространства С. Лэша и Д. Урри, «новая экономика» Н. Бек, «посткапиталистическое общество» П. Друкера. СМИ как дуалистическая система. Понятие культурной (идеологической) сверхприбыли СМИ. СМИ как промышленная индустрия по производству образов и смыслов (П. Голдинг и Г. Мэрдок). СМИ в контексте индустрии культуры. Массмедиа – сдвоенный рынок товаров и услуг (Р. Пикар). Национальные особенности современных рынков прессы. Экономические особенности телевизионной

индустрии. Новые ИКТ и экономика традиционных СМИ. Экономические процессы онлайн-СМИ. Рыночные характеристики печатной прессы: подписка и розница. Рыночные характеристики вещательных станций: частота и рейтинги. Типы конкуренции на информационном рынке. Конкуренция СМИ на рынке: «содержания», «свободного времени», «рекламы». Четыре типа конкуренции: совершенная конкуренция, монополистическая, олигополия, монополия. «Зонтичная конкуренция» в сфере массмедиа. Экономические особенности СМИ РФ.

Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ. Основы редакционно-издательского маркетинга. Методы маркетинга в деятельности СМИ. Спрос и предложение в экономике СМИ. «Парадокс разнообразия» в СМИ (Г. Хотеллинг, Ян ван Куйленбург). Изучение рынка СМИ: сегментация, позиционирование, выбор информационной ниши. Маркетинговый подход к новостям. Рейтинг и доля на рынке СМИ. Факторы конкурентоспособности товара СМИ. Имидж и бренд СМИ. Дизайн издания и его популярность. Способы распространения медиа-продукта: печать, радио, ТВ. Компоненты финансовой политики СМИ. Ценообразование. Себестоимость. Оценка спроса. Стимулирование сбыта. Бюджет и бизнес-план редакции. Расходы и доходы СМИ. Экономическая эффективность деятельности СМИ.

Тема 8. Принципы журналистской деятельности

Журналистика как базовая сфера профессиональной медиа-деятельности. Особенности журналистского труда. Система и структура методов журналистики: сбор, анализ информации, верификация. Субъекты информационного процесса. Источники информации и их поиск. Мониторинг СМИ. Структура работы с базами данных. Принцип обратной связи в журналистике. Концепция близости к читателю. Субъект журналистской деятельности: аудитория. Принципы коллаборации с аудиторией. Действенность и эффективность журналистики: проблемы, факторы и методы повышения результативности. «Минимальный стандарт» качества к журналистским произведениям. Качественные и количественные исследования СМИ и способы их использования. Гражданская журналистика, особенности формирования повестки дня, информационных потоков, взаимодействия с профессионалами.

Тема 9. Методы исследования действительности в журналистике и медиатекст

Методологическая культура творчества: общая методология социального познания, методы получения эмпирических данных, методы интерпретации данных. Формы исследования действительности: новостная (репортажная), проблемно-аналитическая, исследовательская. Группы методов исследования. Рационально-познавательные: эмпирические и теоретические. Художественные методы познания. Виды журналистского наблюдения. Основные принципы работы с документами. Метод интервью. Пресс-конференция как метод получения информации. Практика использования метода эксперимента в журналистской деятельности. Формально-логические и содержательно-логические методы исследования действительности. Ограничения для использования художественного метода в журналистике. Деонтология журналистской деятельности в Интернете. Новейшие тенденции: переход от производства продукта к производству контента, индивидуализация адресности.

Видовые особенности журналистского текста. Коммуникативная матрица журналистики: событие – медиасобытие - медиатекст. Информационный повод. Два этапа, определяющие текст как высказывание: замысел (интенция) и осуществление этого замысла. Выбор темы. Компоненты текстовой деятельности журналиста: семантический, синтаксический, прагматический. Основные предметы отображения в журналистских текстах: факт, ситуация, процесс, личность. Объективный и познавательный факт. Язык современной журналистики. Особенности стиля печатного и аудиовизуального материала. Стилиевые приемы в медиатексте. Выразительные и изобразительные средства журналистики. Структура текста в информационном и аналитическом жанрах. Заголовок, введение, лид. Способы привлечения внимания читателей. Языковая игра в СМИ: уровни,

приемы, эффекты. Медиатекст, гипертекст, мультимедиа текст и интертекстуальность. Медиатекст и специфика каналов трансляции. Контент: новые принципы создания, трансляции, потребления.

Тема 10. Жанровая система журналистских произведений

Понятие «жанр». Жанры журналистики: подходы к выделению типологических признаков. Основные характеристики информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров. Развлекательные жанры. Рекламные жанры. Жанры on-line СМИ. Фотожанры. Цель и факторы выбора жанра. Неустойчивость жанровой системы и причины ее трансформации. Тематические направления современной журналистики: политическая, экономическая, культурная, «желтая». Тренды развития коммуникаций в XXI веке и парадигмы журналистики. Понятие «гражданской» и «конвергентной» журналистики.

Отличительные особенности информационной группы жанров. Параметры информационных сообщений. Формула Квинтилиана в новостной журналистике. Формирование новостного потока и особенности конструирования новости. Ньюсмейкинг: создание информационных поводов. Источники получения новостей. Факты и мнения в новостях. Понятие «объективности» в информационных жанрах. Виды информационных заметок. Сюжетные схемы новостей. Виды репортажей. Разновидности интервью и типология вопросов. Методика подготовки к интервью и технология проведения. Особенности жанра отчет. Прямые эфиры и их специфика. Реклама в новостях. Новостные ленты.

Отличительные особенности группы аналитических жанров. Факт в аналитических жанрах. Позиционное расположение фактов внутри материала: по временному принципу, по принципу противоположения, по проблемной группировке фактов. Понятие «актуальности» в аналитических жанрах. Типологические черты корреспонденции и аналитической статьи. Система аргументов. Комментарий. Рецензия как жанр и его виды. Обзор. Отличительные особенности журналистского расследования: методы, информационное обеспечение, вопросы этики. Полемические формы аналитических жанров на радио и телевидении. Роль автора в аналитических жанрах. Аналитический обзор. Специфика ток-шоу. Формы вовлечения аудитории в журналистский процесс. Понятие «инфотейнмент» как синтез информационных жанров и развлечений.

Художественно-публицистические жанры: очерк, обозрение, фельетон, памфлет, эссе, зарисовка. Способы реализации документального образа в художественно-публицистических жанрах. Творческие методы работы со словом, звуком и образом. Язык экрана. Соотношение изображения и слова на телевидении. Типизация, авторская интерпретация, образная трактовка факта и события. Художественные средства публицистики: связь образного и логического ряда. Образ автора и образ героя. Авторское воображение в художественно-публицистических жанрах. Сатирические жанры в газете, на радио и телевидении: инвектива, пародия, памфлет, фельетон. Комическое как средство публицистики. Отражение времени в сатирических жанрах. Требования к жанру «зарисовка» и «эссе». Типы композиционных форм: композиция, сюжет, фабула, архитектоника. Житейская история, легенда, анекдот, шутка, игра как жанры.

Тема 11. Техника и технология периодических изданий, радиовещания, телевидения

Понятие технологии. Технические возможности как условие повышения синергии креативности (печатные СМИ, РВ, ТВ, фото, инфографика). Принцип технологии в деятельности печатных СМИ. Понятие «формообразование» газеты. Основы и разновидности дизайна, макетирования и верстки издания. Традиции и нововведения в издательской сфере. Иллюстративный материал. Документальная и художественная фотография в печатных медиа. Система технических средств радиовещания. Организация радиовещательного процесса. Принцип часовых поясов в системе вещания в России. Проводные и эфирные средства радиовещания. Средства обратной связи студии с радиослушателями в современных радиоредакциях. Технические разновидности

телевизионного вещания. Кабельное, эфирное, спутниковое ТВ. Форматы видеозаписи. Цифровое телевидение: проблемы и перспективы внедрения в России. Технические устройства в работе телевизионной группы: журналист, оператор, режиссер. Автоматизация процессов в СМИ.

Тема 12. Технологические принципы СМИ в сети Интернет

Интернет как канал, среда, средство коммуникации. Понятие «конвергенция». Модель конвергентной коммуникации. Виды конвергенции. Конвергенция контентная и технологическая. Контентная конвергенция различных типов СМИ. Конвергенция техническая на основе дигитализации. Производители и дистрибьюторы контента. Пользовательский контроль. Интернет-радиовещание. Формы и специфика персонального вещания и коллективного взаимодействия. Интернет-телевидение. Мобильное ТВ. Интерактивное ТВ. Развитие интерактивных форматов. Перспективы индивидуальной верстки программ. Технология печатных СМИ в Интернете. Модели статической и динамической инфографики. Национальные особенности использования текстовых приложений. SMS-проекты как средство увеличения аудитории. Глобальные и национальные практики в области новых технологий.

4. МАТЕРИАЛЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО МОДУЛЮ

В ходе реализации модуля используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

| Тема и/или раздел | Методы текущего контроля успеваемости |
|--|---|
| Блок теоретического обучения | |
| Раздел 1. Основы теории коммуникации | |
| Введение. Предмет, цели и задачи курса | Устные ответы на вопросы, комментарии |
| Основные этапы развития теории коммуникации | Выступление с докладом в устной форме и презентацией |
| Методы исследования и анализа коммуникации | Собеседование преподавателя и студента по заранее подготовленной теме |
| Коммуникативный процесс | Устные ответы на вопросы, комментарии |
| Субъекты коммуникации | Выполнение теста |
| Вербальная коммуникация | Устные ответы на вопросы, комментарии |
| Невербальная коммуникация | Выступление с докладом в устной форме и презентацией |
| Семиотика | Собеседование преподавателя и студента по заранее подготовленной теме |
| Формы речевой коммуникации | Выполнение теста |
| Устноречевая и письменноречевая коммуникация | Выступление с докладом в устной форме и презентацией |
| Межличностная коммуникация | Выступление с докладом в устной форме и презентацией |
| Коммуникация в малой группе | Устные ответы на вопросы, комментарии |
| Массовая коммуникация | Выполнение теста |
| Публичная коммуникация | Устные ответы на вопросы, комментарии |
| Политическая коммуникация | Выступление с докладом в устной форме и презентацией |
| Синтетические виды коммуникации | Собеседование преподавателя и студента по заранее подготовленной теме |

| | |
|--|---|
| Межкультурная коммуникация | Собеседование преподавателя и студента по заранее подготовленной теме |
| Раздел 2. Теория и практика массовых коммуникаций | |
| Массовая информация, коммуникация и коммуникационный процесс. | О, ПЗ, ДК |
| Особенности прессы, радио, ТВ, Интернет-СМИ. | К, ГД |
| Системные характеристики, типология, функции СМИ. | О, ДК, РИ, ПЗ |
| Правовой режим массовой информации. | ПЗ, ГД |
| Концепция и содержание журналистской этики. | ДК, О |
| Принципы редакционного менеджмента. | О, ДК, РИ |
| Медиаэкономика России и зарубежных стран, маркетинг в структуре менеджмента СМИ. | ГД, К |
| Принципы журналистской деятельности | РИ, О, ГД |
| Методы исследования действительности в журналистике и медиатекст | О, ПЗ, ГД |
| Жанровая система журналистских произведений | ПЗ, ДК |
| Техника и технология периодических изданий, радиовещания, телевидения | О, ГД |
| Технологические принципы СМИ в сети Интернет | ПЗ, ДК |

Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся по Блоку теоретического обучения

Полный перечень материалов текущего контроля находится на кафедре менеджмента

Раздел 1. Основы теории коммуникации

Типовые вопросы и задания для устного опроса

1. Дайте определение понятия коммуникация.
2. Чем отличаются понятия коммуникант и коммуникатор?
3. Что является предметом изучения ОТК?
4. Назовите основные проблемы исследований ОТК.
5. От чего зависит эффективность коммуникации?
6. По каким причинам возникают барьеры коммуникации? Сделайте их классификацию.
7. Что такое статусный барьер?
8. Что такое абракадабра?
9. Приведите примеры семантических и фонетических барьеров речевой коммуникации.
10. Назовите основные характеристики логического барьера и пути его преодоления.
11. В чем отличие вербальной коммуникации от невербальной?
12. Назовите средства вербальной коммуникации.
13. Какие знаковые системы основаны на вербальных средствах коммуникации?
14. Какие ученые занимались исследованием вербальной коммуникации?
15. Назовите виды и функции коммуникации в малой группе.
16. Каковы признаки малой группы?
17. Структура и динамика коммуникации в малой группе.
18. Прагматика коммуникации в малых группах.
19. Публичная коммуникация и ее формы.
20. Жанры публичной коммуникации.
21. Устная публичная учебная коммуникация.
22. Устная деловая публичная коммуникация.

Типовые темы для доклада в устном виде

1. Проблемы коммуникации в экзистенциализме.

2. Личность в общении: персонализм Э. Мунье.
3. Проблема диалога: Я и Другой в концепции М. Бубера.
4. Философско-методологические основы герменевтики.
5. Проблемы понимания и смысла в коммуникации: аналитическая философия 2-й половины XX в.
6. Знак и значение: семиотика Ч. Пирса.
7. Семиотические аспекты коммуникации в теории Ч. Морриса.
8. Классификация знаков Ч. Пирса.
9. Реклама как семиотическая система.
10. Структура и средства политической коммуникации.
11. Модели политической коммуникации.
12. 3. Электоральная политическая коммуникация.
13. Политическая коммуникация в информационном обществе.

Вопросы и задания для коллоквиума

1. Методы и функции теории коммуникации.
2. Метод моделирования в исследованиях коммуникативных процессов.
3. Контент-анализ в коммуникативистике.
4. Герменевтика как метод истолкования.
5. Семиотические аспекты коммуникации.
6. Семиотический треугольник.
7. Разделы семиотики.
8. Денотат и коннотат.
9. Специфика коммуникации в изобразительном искусстве, архитектуре.
10. Коммуникация в танце, музыке, театральном искусстве.
11. Коммуникативные системы кино и телевидения.
12. Мифологическая и художественная коммуникации.

Типовые тестовые задания¹

1. Коммуникация как универсальное понятие - это:
 - а) взаимодействие между людьми
 - б) взаимодействие между животными
 - в) технические средства связи
 - г) все виды информационного обмена в природе и обществе.
2. В результате завершения антропогенеза:
 - а) сформировался механизм подражания и имитации
 - б) люди стали использовать огонь для приготовления пищи
 - в) язык стал основным средством общения и передачи информации
 - г) возникла письменность.
3. В рамках технократического подхода и в теориях трансмиссии исходным понятием для определения категории коммуникации берется понятие:
 - а) информация
 - б) обмен
 - в) интерпретация
 - г) общение
4. Дополнить:

Перечень функций коммуникации, вытекающих из модели Р.О. Якобсона:

 - а) метаязыковая
 - б) поэтическая

¹ Правильные ответы в тесте подчеркнуты.

- в) эмотивная
- г) конативная
- д) _____ .

1. Разновидность коммуникации, осуществляемая с помощью СМИ:

- а) локальная
- б) внутриорганизационная
- в) массовая
- г) внутригрупповая

2. Что НЕ относится к функциям межличностной коммуникации?

- а) познавательная
- б) информативная
- в) экспрессивная
- г) поэтическая

3. Дополнить:

« _____ личность – это личность, обладающая совокупностью индивидуальных свойств и характеристик, которые обеспечивают умение выбрать адекватную конкретной ситуации схему передачи информации и правильно воспринимать информацию ».

4. Установить соответствие:

Системы знаков

Характеристика знаков

- 1. Конвенциональные
- 2. Образные
- 3. Натуральные

- а) следы зверей, звездное небо
- б) формальные языки
- в) живопись, музыка, танцы

Ответы: 1) __, 2) __, 3) __.

1. Содержанием понятия “аудитория”, относящегося к массовой коммуникации, является:

- а) помещение для чтения лекции
- б) студенты, пришедшие на учебную лекцию
- в) зрители, пришедшие посмотреть спектакль
- г) зрители спортивного канала

2. Дополнить:

« _____ коммуникации – это отношение результата, полученного от организации коммуникативной деятельности и затратами на его получение».

3. В ситуации общения представителей разных социокультурных сообществ могут возникнуть:

- а) психофизиологические барьеры
- б) социокультурные барьеры
- в) психологические барьеры
- г) технические барьеры

4. Разновидность коммуникации, обеспечивающая связь организации с внешними социальными образованиями (институтами, другими организациями):

- а) внутригрупповая
- б) межличностная
- в) непосредственная
- г) внешняя.

Раздел 2. Теория и практика массовых коммуникаций

Примерные темы коллоквиумов:

- Правовые основания для привлечения к административной и уголовной ответственности в сфере массовой информации.

- Специфика односторонней, двусторонней и двухступенчатой коммуникации в сфере медиа.

Примерные темы дискуссий:

- Плюсы и минусы off-line и on-line СМИ.
- Тенденции монополизации СМИ в России и мире.
- Основные проблемы верификации информации, предназначенной для массового распространения.
- Проблемы и правовая ответственности в случаях недостоверной, недобросовестной рекламы.
- Особенности медиапотребления в России.
- Жанровое разнообразие в off-line и on-line СМИ.

Сценарий ролевой игры «Интервью в экстремальных условиях»

План ролевой игры

Тема занятия: Метод и жанр «Интервью»

Цель ролевой игры: Сформировать навык получения информации с помощью интервью, а также навык раскрытия информации в незапланированных условиях

Задачи ролевой игры:

Образовательная – получить знания о методе и жанре «Интервью»

Воспитательная – сформировать навык подготовки к проведению и участию в интервью

Развивающая – освоить технологии и подходы к снижению рисков коммуникаций, сформировать стрессоустойчивый способ общения

Тип занятия: ролевая игра

Количество часов: 2 часа

Обеспечение: в соответствии со сценарными предложениями

Содержание ролевой игры

Преподаватель отвечает за техническое обеспечение ролевой игры – своевременную демонстрацию необходимых слайдов или презентации. Кроме того, преподаватель следит за ходом ролевой игры, контролирует время, помогает студентам в случае каких-либо затруднений.

Заранее, в ходе подготовки к ролевой игре, студенты делятся на «тройки»: журналист, режиссер и интервьюируемый. Все три члена команды договариваются о выборе темы. Тема может быть свободной или обусловлена актуальным предметом изучения материала курса или междисциплинарных тем. Далее распределяются роли и устанавливается зона ответственности для подготовки каждого участника.

Например:

В задачу журналиста входит:

- определить с режиссером стиль интервью (информационный, провокационный, разоблачительный и пр.)
- составить перечень вопросов, используя классификацию вопросов.

В задачу режиссера входит:

- разработать условия проведения интервью (локация, интерьер, предметная среда, техническое оснащение процесса, раздаточный материал для журналиста и пр.)
- определить совместно с журналистом условия «экстремальности», нетипичности атмосферы проведения интервью;
- срежиссировать процесс интервью и проведение видеосъемки (крупность плана, ракурс, динамика и пр.).

В задачу интервьюируемого входит:

- подобрать прототип роли или сделать композитивный образ гостя (биография, карьера, цели и задачи текущей деятельности)
- «вжиться» в образ и соответствовать ему с точки зрения речевого и поведенческого аппарата.

Ролевая игра требует творчества как студентов, так и преподавателя.

Структура ролевой игры

1. Организационный момент - за неделю до начала проведения игры
2. Пожготовительный момент до начала проведения ролевой игры — до 7 мин.
3. Проведение ролевой игры — 10-15 мин на одну команду
4. Подведение итогов игры – до 10 мин на одну команду

Ход игры

1. Участники команды распределяются в помещении, где проходит ролевая игра, согласно сценарию режиссера. Формируется «пространство», атмосфера интервью и экстремальные обстоятельства.

2. Журналист проводит интервью с интервьюируемым. Режиссер следит за процессом, самостоятельно или совместно с оператором проводит съемку.

3. Зрители (остальные студенты) наблюдают за процессом

4. После проведения интервью журналист и гость прощаются

Подведение итогов ролей игры

В конце занятия подводятся результаты ролевой игры, преподаватель совместно со студентами разбирает ошибки студентов, допущенные в ходе занятия, поощряет наиболее активных участников, хорошо справившихся со своей ролью.

Каждая выполненная правильно ситуационная задача - 5 баллов, допущены незначительные ошибки - 4 балла, допущены грубые ошибки - 3 балла и ситуационная задача выполненная неправильно — 2 балла.

Осваиваемые компетенции:

- ОПК-5 (способность проведения коммуникационных кампаний и мероприятий);
- ОПК-6 (исполнительские способности вести результативный поиск нужной информации в библиографических и электронных ресурсах для использования в своей профессиональной деятельности).

Примерный перечень расчетных и аналитических заданий:

- Опираясь на актуальные сведения Роскомнадзора о зарегистрированных СМИ в России, а) определите причины преимущественного преобладания печатных СМИ над другими типами медиа, б) проведите необходимые расчеты, чтобы определить: количество зарегистрированных СМИ в России – это большое или маленькое значение?

- Дайте сравнительную характеристику источникам информации материалов СМИ на одну и ту же тему, взятых а) из государственных СМИ, б) из негосударственных СМИ.

Примерный перечень понятий для терминологического диктанта

1. Невербальная информация
2. Коммуникативные барьеры
3. Информационный повод
4. Двухступенчатый поток коммуникации
5. Когнитивный диссонанс
6. Лидеры мнения
7. Повестка дня
8. Обратная связь в коммуникации
9. Массовая коммуникация
10. Пражурналистские явления
11. Цензура
12. Рекламная спираль
13. Концентрация прессы
14. Информационное общество
15. On-line/ off-line СМИ

16. Интерактивность
17. Массовизация прессы
18. Система СМИ
19. Типология СМИ
20. Четвертая власть
21. композиционно-графическое моделирование
22. Дефамация
23. Учреждение СМИ
24. Регистрация СМИ
25. Аккредитация
26. Государственная тайна
27. Коммерческая тайна
28. Честь/достоинство/деловая репутация
29. Клевета
30. Запрос на информацию
31. Свобода массовой информации
32. Журналист
33. Медиакритика
34. Омбудсмен
35. Профессиональная этика
36. Саморегулирование
37. Свобода слова
38. Этические нормы
39. Этический кодекс
40. Редакционный менеджмент
41. Миссия
42. Редакционное планирование
43. Сегмент рынка
44. Позиционирование
45. Бренд
46. Целевая аудитория
47. Маркетинговая кампания
48. Сдвоенный рынок товаров и услуг
49. Рекламospособность
50. Недостоверная реклама

Примерный вариант теста

Тест «Способы сбора информации и методы познания действительности»

Открытый тест:

1. В чем заключается познавательный процесс в каждой из трех форм исследования действительности:

- Новостная (репортажная)
- Проблемно-аналитическая
- Расследовательская

Тест на соответствие:

2. Поставьте «1» к методам эмперической группы, «2» - к теоретическим методам

Наблюдение
Анализ и синтез

Интервью
Дедукция

Метод историзма

Гипотетический
метод

Эксперимент

Работа с
документами
Индукция

Открытый тест (вставьте требуемое название):

3. Заполните таблицу, вписав соответствующие виды наблюдения

| По способу организации | По степени участия | По условиям изучения предмета | По временному признаку |
|------------------------|--------------------|-------------------------------|------------------------|
| | | | |

Открытый тест (вставьте требуемое название):

4. Работа с документами. Типологически документы могут различаться:

_____ (печатные, рукописные, записи на пленках);

_____ (официальные и личные);

_____ (бытовые, производственные, научные, справочно-информационные);

_____ (публичные и закрытые).

Открытый тест:

5. Цель(и) интервью как метода исследования действительности

Закрытый тест с ответом «несколько из многих»:

6. Формами коллективного интервью выступают (нужное подчеркнуть): митинг, круглый стол, дебаты, пресс-конференция, выступление спикера в парламенте, брифинг.

Открытый тест (вставьте термин):

7. _____ - важнейший метод познания действительности. В переводе с греческого означает разложение, расчленение объекта на элементы.

Открытый тест (вставьте термин):

8. _____ - логический переход на более высокую ступень абстракции путем выявления общих признаков предмета.

Тест на соответствие:

9. Соотнесите следующие методы и их определение

| | |
|-------------|--|
| Индукция | Воспроизведение объекта познания, проверка гипотезы. Автор искусственно обостряет ситуацию, ограничивает ее в пространстве и во времени. |
| Сравнение | Умозаключение от факта к гипотезе (общему утверждению) |
| Дедукция | Процесс конкретизации идеи, от гипотезы и явления к факту, от общего к частному |
| Эксперимент | Отыскание различий между объектами, предметами, сопоставление двух и более предметов |

Открытый тест (вставьте термин):

10. _____ - соединение (мысленное и реальное) различных элементов объекта в единое целое.

Примерные темы контрольных работ

Темы контрольных работ по дисциплине «Теория и практика массовой информации» предполагает исследование двустороннего взаимовлияния система СМИ и политической, экономической, культурной и других систем социальной структуры общества. Выбор направления осуществляется студентом по согласованию с преподавателем из следующего списка:

- Информация как социальный и экономический ресурс
- Факт как многозначная категория
- Социальные проблемы и средства массовой коммуникации
- Феномен установления пунктов «повестки дня»
- Феномен внушения в постсоветских СМИ
- Модели взаимоотношений прессы и государства в современной России
- Развитие местной журналистики как индекс демократии
- Общественно-политическая пресса Новосибирска
- Новые секторы российского информационного поля
- Проблема эффективного взаимодействия текста с аудиторией: информационная насыщенность, информативность, информированность.
- Принципы создания эффективных текстов в Интернет-журналистике
- Место телевидения в информировании и организации досуга молодежи
- Центральные и местные теленовости: события без героев
- Типологические признаки современного радиовещания
- Правовое регулирование электронных СМИ в России
- Рекламная газета: расширение палитры жанров
- Специфика распространения информации по немедийным каналам
- «Протожурналистика» или журналистика в древности
- Проблемы аргументации в современном журналистском тексте
- Особенности современного газетного стиля
- Творческие факторы эффективности СМИ
- Проблемы развития гражданского общества в публикациях российских СМИ
- Социальные эффекты массовой коммуникации
- Homo medius - особенности «телесмотрения»
- Зарубежные издания и телерадиостанции как канал информирования российской аудитории
- Общее и особенное в представлении информации центральных и местных СМИ
- Роль техники в развитии печати
- Роль экономики в возникновении и развитии периодической печати
- Роль культуры в развитии печати
- Коммерциализация газетно-журнальной индустрии: основные тенденции
- Информационная безопасность в Российской Федерации
- Система СМИ в России и ее особенности
- Радиостанции, их специфика и аудитория. Категории радиопрограмм
- Телеканалы, их специфика и аудитория. Категории телепрограмм
- Новые информационные технологии
- Спутниковое ТВ, интерактивное ТВ и их функционирование
- Структура рынка информации

- Глобализация и СМИ

Кроме вышеперечисленных тем, студенты вправе по согласовании с преподавателем выбрать и другие темы. При этом для раскрытия темы фокус исследовательского внимания может быть направлен на систему СМИ других стран.

Для успешного выполнения работы необходимо подобрать печатные и электронные источники (литературу и документы) по данной теме и после ознакомления с ними провести анализ полученных результатов. Недопустимо дословное переписывание или сканирование чужих текстов. Изложение должно быть систематизированным, логичным и самостоятельным.

Объем работы до 10 страниц компьютерного текста (лист формата А-4, шрифт 14, полуторный интервал, автоматическая расстановка переносов).

В работе должны быть представлены следующие разделы: план, отражающий структуру работы; введение (обоснование выбора темы, цель и задачи работы); основная часть (изложение важнейших проблем темы на основе представленного плана); заключение (выводы по теме и собственные оценки); список использованных источников (с обязательным указанием выходных данных: автор, название, место и год издания).

При цитировании обязательны постраничные ссылки на использованную литературу с точным указанием автора, названия книги, места и года издания и страницы. Работа, не имеющая научного аппарата, возвращается автору для доработки.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО МОДУЛЮ

| Код компетенции | Наименование компетенции | Ключевой индикатор освоения компетенции |
|-----------------|---|---|
| ОПК-2 | Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах | ОПК-2.1: Применил методы социологического исследования, знания теории основ коммуникации для определения тенденций государственных и общественных институтов. |
| | | ОПК-2.2: Перечислил основные элементы информационно-коммуникационного процесса. Использовал знания системы массовой информации для решения профессионально ориентированных задач. |
| | | ОПК-2.3: Осуществлён поиск и выбор необходимой информации, выделена специфика темы, определена основная сюжетная линия. |

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Не используются. Промежуточная аттестация производится по дисциплинам, входящим в модуль.

Шкала оценивания

Не используется. Шкала оценивания используется по дисциплинам, входящим в модуль.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОСВОЕНИЮ МОДУЛЯ

При изучении модуля применяются разнообразные лекции, практические занятия, выполнение практических заданий по темам и контрольной работы по курсу, самостоятельная работа с источниками и др.).

Студентам рекомендуется вести две специальные тетради: для записи основных положений лекций и для самостоятельной работы при подготовке к практическим занятиям.

В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждого раздела модуля. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала, даются рекомендации по выполнению заданий к практическим занятиям.

Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям и выполнения заданий самостоятельной и контрольной работ, а также к промежуточной аттестации по модулю.

Практические занятия позволяют более детально проработать наиболее важные темы модуля. Целью практических занятий является закрепление теоретических знаний, полученных студентами на лекциях и в процессе самостоятельной работы, контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы занятия.

Подготовку к занятиям следует начинать с ознакомления с содержанием темы, вопросами к теме, подбора рекомендованной литературы. Затем необходимо перечитать запись лекции, соответствующие разделы учебных изданий, соответствующие нормативные акты, статьи в журналах.

Подготовка к практическим занятиям осуществляется студентами самостоятельно с использованием научной и учебной литературы и необходимых правовых источников. На практических занятиях у студентов формируются навыки публичного выступления, анализа материала, умение грамотно и обоснованно отвечать на поставленные вопросы и применять полученные теоретические знания к практическим ситуациям, а также умение решать практические задания (задачи).

Для получения глубоких теоретических знаний и практических навыков студентам рекомендуется посещать лекции, активно участвовать в практических занятиях, вовремя выполнить контрольную работу. Поставленные перед занятиями цели могут быть достигнуты лишь при систематической работе студентов над изучением дисциплины.

При необходимости в период самостоятельной подготовки студенты могут получить индивидуальные консультации преподавателя по модулю.

7. УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА И РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

7.1. Основная литература

1. Алексеева, М. И. Средства массовой информации России [Электронный ресурс] : учеб. пособие / М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова, Е. Л. Варганова. — Электрон. текстовые данные. — Москва : Аспект Пресс, 2011. — 391 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8841>, требуется авторизация (дата обращения: 16.08.2016). – Загл. с экрана.
2. Голуб, О. Ю. Теория коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. пособие / О. Ю. Голуб, С. В. Тихонова. - Электрон. дан. — Москва : Дашков и К; Ай Пи Эр Медиа, 2011. — 338 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». – Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/644>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2021). – Загл. с экрана.

3. Евтуш, О. А. Теория и практика массовой информации : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по специальности 030602 - Связи с общественностью / О. А. Евтуш ; Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2009. - 155 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа: <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 11.08.16). - Загл. с экрана.
4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / А. Г. Киселев. - Москва : ЮНИТИ, 2010. - 431 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/15475>, требуется авторизация (дата обращения : 10.08.2016). — Загл. с экрана.
5. Ключев, Ю. В. Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ю. В. Ключев. – Электрон. данные. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 100 с. – Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884>, требуется авторизация (дата обращения: 16.08.2016). – Загл. с экрана.
6. Козлов, С. В. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по направлению 031600.62 - Реклама и связи с общественностью : [в 2 ч.]. Ч. 2 : Технологии интегрированных коммуникаций / С. В. Козлов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. - 215 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа: <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 11.08.16). - Загл. с экрана.
7. Основы теории коммуникации : учебник / под ред. М. А. Василика. - Москва : Гардарики, 2007. - 615 с.
8. Средства массовой информации России [Электронный ресурс] : учеб. пособие / М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова, Е. Л. Варганова и др. ; под ред. Я. Н. Засурский. - Электрон. данные. - 2-е изд., испр. и доп. –Москва : Аспект Пресс, 2011. - 392 с. – Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/8841>, требуется авторизация (дата обращения : 10.08.2016). – Загл. с экрана.
9. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - 4-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 487 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255819>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2021). — Загл. с экрана.

7.2. Дополнительная литература

1. Абелева, И. Ю. Механизмы коммуникативной речи [Электронный ресурс] : учебно-монографическое пособие / И. Ю. Абелева ; под ред. В. И. Селиверстова. — Электрон. дан. — Москва : Парадигма, 2012. - 288 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210524>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2021). - Загл. с экрана. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13018>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2021). — Загл. с экрана.
2. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация : западные теории и концепции: учеб. пособие / Г. П. Бакулев. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 176 с.
3. Информационная политика : учебник / РАГС; под общ. ред. В. Д. Попова. - Москва : Изд-во РАГС, 2003. - 463 с.

4. Каменева, В. А. Теория коммуникации (прагматический аспект) [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. А. Каменева. — Электрон. дан. — Кемерово : КемГУ, 2013. — 168 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232504&sr=1>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2021). — Загл. с экрана.
5. Коммуникация в развитии: от микроорганизмов до человека [Электронный ресурс] / Е. Н. Панов. — Электрон. дан. — Москва : Языки славянской культуры, 2014. — 400 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/35714>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2021). - Загл. с экрана.
6. Мечет, О. М. Особенности развития системы массовой информации в постсоветской России / О. М. Мечет. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 113 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140263>, требуется авторизация (дата обращения: 16.08.2016). — Загл. с экрана.
7. Олешко, В. Ф. Психология журналистики : учеб. пособие / В. Ф. Олешко. - Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В.А., 2006. - 240 с.
8. Романов, А. А. Массовые коммуникации [Электронный ресурс] : учеб.-практ. пособие / А. А. Романов. — Электрон. дан. — Москва : Евразийский открытый институт, 2010. — 175 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93162&sr=1>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2021). — Загл. с экрана.
9. Теория и практика массовой информации : практикум для студентов очной формы обучения по специальности 030602.65 - Связи с общественностью / Сиб. акад. гос. службы ; сост. О. А. Евтуш. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2011. - 157 с. — То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. — филиал РАНХиГС. — Режим доступа: <http://www.saranet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 11.08.16). - Загл. с экрана.
10. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учеб. для бакалавров и для студентов вузов / Л. Н. Федотова ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2016. - 603 с.
11. Шарков, Ф. И. Коммуникология : социология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К : Изд-во Шаркова, 2012. - 318 с.
12. Шарков, Ф. И. Коммуникология [Электронный ресурс] : энциклопедический словарь-справочник / Ф. И. Шарков. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 768 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/14341>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2021). — Загл. с экрана.
13. Яшин, Б. Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Б. Л. Яшин. - Электрон. дан. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 243 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429211>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2021). — Загл. с экрана.

7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. *Конституция Российской Федерации*. Принята Всенародным голосованием 12 декабря 1993 года (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008 № 6-ФКЗ и от 30.12.2008 № 7-ФКЗ) // <http://www.constitution.ru/>

2. *Об Уполномоченном по правам человека в Российской Федерации.* Федеральный конституционный закон от 26.02.1997 № 1-ФКЗ (с изменениями и дополнениями). // base.garant.ru/10200006/
3. *О Правительстве Российской Федерации.* Федеральный Конституционный Закон от 17.12.1997 № 2-ФКЗ (ред. от 29.01.2010) // СЗРФ. 1997 № 51 Ст. 5712; СЗРФ. 1998 № 1 Ст. 1; 2010 - №5 -№458
4. *О выборах Президента Российской Федерации.* Федеральный Закон РФ от 10 января 2003 г. с последующими изменениями и дополнениями // www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_146203/
5. *Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации:* Федеральный закон от 12 июня 2002 года с последующими изменениями и дополнениями // www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_146237/
6. *О свободе совести и религиозных объединениях.* Федеральный закон от 26 сентября 1997 г. (ред. от 02.07.2013) // www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_148675/;
7. *О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности.* Федеральный закон от 12.01.1996 № 10-ФЗ (ред. от 28.12.2010) www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_108631/
8. *О некоммерческих организациях.* Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. от 01.09.2013) // www.consultant.ru/popular/nekomerz/
9. *Об общественных объединениях.* Федеральный закон от 19.05.1995 № 82-ФЗ (ред. от 20.07.2012) // www.consultant.ru
10. *О средствах массовой информации.* Закон РФ. (ред. от 02.07.2013) // www.consultant.ru/

7.4. Интернет-ресурсы

1. <http://www.consultant.ru> - база законодательства РФ Консультант Плюс.
2. <http://www.rane.ru> / - сайт РАНХиГС при Президенте РФ (дата обращения: 16.03.2021).
3. Библиотека журналиста [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://journalism.narod.ru/> (дата обращения: 16.03.2021).
4. Библиотека Гумер – гуманитарные науки. URL : <http://www.gumer.info>.
5. Елина, Е. А. Семиотика рекламы. - <http://www.mirknig.com>.
6. Журналист [Электронный ресурс] : официальный сайт журнала. - Режим доступа : <http://www.journalist-virt.ru/> (дата обращения: 16.03.2021).
7. МедиаСпрут [Электронный ресурс] : Каталоги СМИ России, стран СНГ и Балтии, дальнего зарубежья - Режим доступа : <http://www.mediasprut.ru/media/media.shtml> (дата обращения: 16.03.2021).
8. Научная электронная библиотека eLIBRARY. URL : <http://elibrary.ru>.
9. Новосибирский Союз журналистов [Электронный ресурс] : официальный сайт организации. - Режим доступа : <http://www.nsj.ru/index.php> (дата обращения: 16.03.2021).
10. Союз журналистов России [Электронный ресурс] : официальный сайт организации. - Режим доступа : www.ruj.ru/ (дата обращения: 16.03.2021).
11. Фонд защиты гласности [Электронный ресурс] : официальный сайт организации. - Режим доступа : www.gdf.ru/ (дата обращения: 16.03.2021).

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий лекционного типа), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и кресла – рабочие места обучающихся и

преподавателя); доска аудиторная; экран; персональный компьютер; звуковая система; проектор; веб-камера. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации.

Учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и стулья – рабочие места обучающихся и преподавателя); доска аудиторная; персональный компьютер; телевизор; веб-камера. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации.

Компьютерный класс, учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и стулья - рабочие места обучающихся и преподавателя), доска аудиторная; персональные компьютеры моноблоки; проектор; веб-камера; экран. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации, в том числе с рабочих мест обучающихся. Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows; пакеты лицензионных программ: MS Office, MS Teams, СПС КонсультантПлюс, лицензионное антивирусное программное обеспечение.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся (Информационно-ресурсный центр) оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

Программное обеспечение: ОС Microsoft Windows, Пакет Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), Microsoft Teams, лицензионное антивирусное программное обеспечение.