

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ
АВИАЦИИ»**

Кафедра философии и социальных коммуникаций

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

**Учебно-методическое пособие
для студентов Гуманитарного факультета
Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

Подписано в печать 29.03.2017г. Формат 60x84/16
У.п.л. 1,5. Уч.-изд.л 1,5. Тир. 100экз.
Отпечатано в типографии ООО «Турусел»
197376, Санкт-Петербург, ул. Профессора Попова д.38.
toroussel@mail.ru
Зак. № 13925 от 29.03.2017г.

**Санкт - Петербург
2017**

Одобрено и рекомендовано к изданию
Учебно-методическим советом Университета

Мисонжникова М.Б. **Теория и практика массовой информации**: учебно-методическое пособие [Текст] / М.Б.Мисонжникова – СПб.: Изд-во «КультИнформПресс», 2017. – 18 с.

Рецензенты: К.А.Очеретяный, кандидат философских наук, доцент

Учебно-методическое пособие издается в соответствии с программой курса «Теория и практика массовой информации», ставит своей задачей оказание помощи студентам дневного обучения в организации их самостоятельной работы, а также содержит ряд требований, предъявляемых к студентам, изучающим дисциплину. Учебный процесс на дневном отделении включает лекции, практические занятия, подготовку докладов, консультации и сдачу экзамена.

Учебно-методическое пособие составлено в соответствии с государственным стандартом по дисциплине «Теория и практика массовой информации» и предназначено для студентов дневной формы обучения СПбГУ ГА.

© Мисонжникова М.Б. текст, 2017

© Изд-во «КультИнформПресс», 2017

Прайм-тайм (prime time) - время наибольшего охвата аудитории телеканалом или радиостанцией.

Пресс-релиз (press release) - специальные бюллетени о фирме или товаре (услуге), основная цель которых - создание информационных поводов для СМИ; информационный текст об истории, структуре, внутрифирменных событиях, специфике деятельности фирмы, предназначенный для оповещения СМИ, потребителей.

Продюсер (producer) – доверенное (или независимое) лицо кинокомпании, осуществляющее художественный и организационно-финансовый контроль за постановкой фильма. Часто именно продюсер является инициатором проекта, что предполагает наличие нюха на сценарные идеи.

Пятое сословие («пятая власть») – по аналогии с определением печатных СМИ как "четвертого сословия", "пятое сословие" - это метафорическое обозначение электронных масс-медиа.

Рейтинг (rating) - попытка экспертов упорядочить исследуемое явление по какому-либо признаку. Для каждого рейтинга должен быть четко прописан критерий рейтингования.

Суррогат-спикер (surrogate speakers) - люди, пользующиеся определенным авторитетом на информационном рынке, которых привлекают для обсуждения актуальных проблем вместо первых лиц.

Ток-шоу - жанр радио- и телепередач, в основе которого динамичный диалог со зрителями или слушателями в прямом эфире.

Хит, хит-парад - помимо множества иных значений, чаще обозначает концерт популярных музыкальных исполнителей.

Эхо-фраза - завершающая часть рекламного текста. Ее основная функция - закрепить в сознании потребителя яркую образную информацию.

FM - (frequency modulation) – радиочастота.

Цели и задачи дисциплины:

Целями дисциплины «Теория и практика массовой информации» являются: формирование у студентов теоретических **знаний** о состоянии, положении и функционировании отечественной журналистики в условиях новейшей технологической революции, а также приобретение **умений** и практических **навыков** применения методологического инструментария на материале практики деятельности СМИ, профессионально-теоретического и экономико-политического содержания основной проблематики, относящейся к периодической печати, радиовещанию и телевидению, анализу взаимосвязи журналистики со смежными направлениями деятельности, прежде всего, такими как реклама и связи с общественностью.

Задачами освоения дисциплины являются:

– формирование **знаний** об основах теории журналистики, системы средств массовой информации и ее функционирования, со значением содержания и формы в создании произведений журналистики;

– приобретение **умений** анализа роли и места массовой информации в системе современной коммуникации, практике рекламы и связей с общественностью, эволюции концепций, приемов и методов массовой коммуникации, политических, литературных и типологических аспектов журналистики;

– привить **навыки** по подготовке и созданию информационных, информационно-аналитических, аналитических и художественно-публицистических произведений журналистики.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к коммуникационной и рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической видам профессиональной деятельности.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Процесс освоения дисциплины «Теория и практика массовой информации» направлен на формирование следующих компетенций:

1. Обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга.

Знать:

– основные принципы создания журналистских произведений на базе текстов рекламы и связей с общественностью;

Уметь:

– анализировать тексты рекламы и связей с общественностью с применением методологического инструментария СМИ;

– анализировать опыт ведущих специалистов по созданию текстов рекламы и связей с общественностью для СМИ;

Владеть:

– навыками литературного редактирования текстов рекламы и связей с общественностью;

– навыками копирайтинга в целях создания рекламных и PR-текстов для СМИ.

2. Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Знать:

– особенности решения стандартных задач в СМИ на основе информационной и библиографической культуры;

– специфику применения информационно-коммуникационных технологий в СМИ;

Уметь:

– анализировать информационно-коммуникационные технологии в СМИ с учетом требований информационной безопасности;

Владеть:

– навыками поиска информации и критического анализа средств, методов и приёмов, применяемых журналистами на основе информационной и библиографической культуры.

Обеспечение учебного процесса литературой осуществляется при посредстве учебников и учебных пособий:

а) основная литература:

1 Ахмадулин, Е.В. Основы теории журналистики: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.В. Ахмадулин. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 358 с. — (Серия: Университеты России). — ISBN

Корректурные знаки - условные знаки, которые указывают на характер требуемых исправлений при редакторской читке.

Лид (мотто) - первый абзац статьи, расположенный под заголовком (хэдлином) и выделенный шрифтовыми средствами или пробелом от основного текста. Лид как бы продолжает функцию хэдлима. Обычно набирается жирным шрифтом. Некоторые специалисты считают, что лид не должен превышать 50 слов.

Макет - композиционная модель печатного носителя (книги, номера газеты, журнала, буклета).

Макрейнкеры (разгребатели грязи) - так в начале XX века в США стали именовать журналистов и публицистов, обличавших коррупцию в структурах государственной власти

Масс-медиа – печатные и электронные средства массовой информации.

Медиатическая ловушка - манипулятивная техника постановки вопросов при проведении опросов общественного мнения.

Менеджмент (management) - совокупность методов и форм управления.

Ментальность (mentality) - совокупность этнокультурных, общественных навыков и духовных установок, стереотипов.

Мониторинг - процесс отслеживания, анализа и оценки размещения рекламы в СМИ.

Мотивация - психологические предпосылки, обусловленные осознанными или неосознанными нуждами потребителей.

Новость - оперативная информация: а) новость "жесткая" - краткое изложение сути произошедшего, строится, как правило, по принципу перевернутой пирамиды, где в самом начале выдается наиболее существенная информация, а затем второстепенная; б) новость "мягкая" - изложение сути события с элементами занимательности, интриги.

Оригинал-макет - в полиграфическом дизайне обозначает издательский окончательный вариант макета, который должен полностью соответствовать будущим экземплярам тиража печатного продукта.

Паблсити (publicity) - а) создание информационных поводов с целью увеличения известности и популярности в коммерческой, политической сфере; б) неличностное стимулирование спроса на товар; в) публичность, гласность, известность.

Пилотный номер (программа, копия) - пробный выпуск печатного, телевизионного кинопродукта с целью привлечения инвесторов, рекламодателей, изучения реакции аудитории.

Полоса - страница печатного издания.

Брифинг - встреча официальных лиц с представителями СМИ, на которой коротко излагается позиция по определенному вопросу.

Верификация - проверка информации на достоверность, правдивость источников.

Видеоньюсрелизы - информационные сообщения для СМИ, записанные на кассетных носителях.

Гарнитура - комплект шрифтов, имеющий общие графические признаки. Шрифты одной гарнитуры могут различаться по размеру (кеглю); по насыщенности (светлый, жирный, полужирный); по наклону (прямой, курсив).

Дайджест — а) краткое изложение литературного произведения; б) периодическое издание, специализирующееся на перепечатке материалов из других изданий.

Диффамация - распространение через СМИ сведений, порочащих кого-либо. Синоним понятия "компромат".

Желтая пресса - термин возник в американской печати конца XIX века на фоне острой конкуренции между двумя медиамагнатами Джожефом Пулитцером и Уильямом Херстом. Еще одним оттенком этого термина является синонимичное понятие "бульварная пресса". Существует несколько трактовок этих терминов, определяющих степень презрительности.

Заголовок (хэдлайн) - в современной журналистской практике эти понятия обладают смысловыми оттенками. Это результат развития информационного рынка, специализации изданий по интересам и вкусам, борьбы за целевую аудиторию. Заголовок - короткая фраза, функциональный смысл которой заключается в отделении материалов друг от друга на полосе издания. Выразительный элемент текста. Хэдлайн - в буквальном переводе с английского "**заглавная строка**". Характеризуется более высокой степенью информационной насыщенности.

Инсайдер - журналист, имеющий доступ к закрытой информации.

Кадроплан, режиссёрская экспликация, (Storyboarding) — визуализация режиссерского замысла перед реализацией проекта: эскизы, зарисовки, фото, видеоматериалы и пр.

Клип - музыкальный видеосюжет с использованием динамичного монтажа.

Колонцифра - цифра, обозначающая порядковый номер страницы.

Компромат - публичное оглашение сведений, способных вызывать недоверие к кому-либо, порочащих его репутацию и подрывающих престиж и авторитет. Сбор и публикация информации о нарушениях должностным лицом правовых или морально-этических норм.

978-5-9916-7975-6. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/3EBB8B31-619E-4ADA-A5FB-5EAD97A4DF8B.

- 2 Колесниченко, А.В. Основы журналистской деятельности: учебное пособие для вузов / А.В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 341 с. — (Серия: Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-05559-7. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/5AB39770-3488-4AEB-83F4-36220F7647DA.
- 3 Политическая журналистика: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.Г. Корконосенко [и др.]; под ред. С.Г. Корконосенко. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 319 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00255-3. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/922E5AA7-4BF4-4E07-AC78-F5802D9DA68C.

б) дополнительная литература:

- 4 Ахмадулин, Е.В. История отечественной журналистики XX века: учебник для академического бакалавриата / Е.В. Ахмадулин, Р.П. Овсепян. — 2-е изд., пер. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 423 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-534-00615-5. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/36F29DB0-981C-49F8-8EEC-F6CF9E1948B2.
- 5 Дзялошинский, И.М. Профессиональная этика журналиста: учебник и практикум для академического бакалавриата / И.М. Дзялошинский. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 412 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9204-5. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/C1E4BDAA-1DB5-433C-A7A1-46D2B0B3E401.
- 6 Шостак, М.И. Новостная журналистика. Новости прессы: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М.И. Шостак. — 2-е изд., доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 237 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00462-5. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/B2905E73-8DAE-4C1D-8B43-EA2D7C0820DD.

ПРОГРАММА ЛЕКЦИОННОГО КУРСА

ТЕМА 1. Теоретические и методологические основы журналистики

Процесс массовой коммуникации и СМИ. Массовая информация как центральная категория журналистики. Понятия и термины современной науки о журналистике. Информация, массовая информация, средства массовой информации, система отношений «журналист-аудитория». Журналистика как фактор социального управления.

Функции журналистики, их обоснование. Социальное предназначение журналистики. Коммуникативная функция как исходная функция журналистики. Взаимодействие функций. Журналистика, характер и пределы ее властных возможностей.

Журналистика как социальный институт и как институт гражданского общества. Журналистика и политика. Информационная политика средства массовой информации. Политическая культура журналиста.

ТЕМА 2. Этапы развития журналистики

Влияние социальных, культурных, экономических и политических факторов на формирование регулярного процесса распространения торговой, коммерческой, культурной, научной, а также политической информации.

Социально-политические реформы общества и журналистика. Массовая информация на различных этапах развития массовой коммуникации. Особенности развития журналистики в странах Европы и России. Журналистские и PR-тексты: этапы становления медиарелейшнз. Роль рекламных и PR-текстов в истории журналистики.

ТЕМА 3. Система СМИ в современном мире

Типология СМИ. Инфраструктура средств массовой информации: информационные агентства и службы, пресс-службы, пресс-центры и службы связей с общественностью.

СМИ и их место и роль в обществе. Особенности прессы, радио и телевидения. Развитие СМИ в условиях демократии и гласности. Роль рекламных и PR-текстов в современной массово-информационной деятельности.

- 3 Профессионально-этические правила и нормы журналистики.
- 4 Система СМИ России: структура и типологические особенности.
- 5 Особенности периодической печати как СМИ.
- 6 Особенности радио как СМИ.
- 7 Особенности телевидения как СМИ.
- 8 Интернет как альтернативная коммуникационная среда.
- 9 Печатная и электронная версии газеты и журнала.
- 10 Электронные СМИ в интернете.
- 11 Мировые информационные агентства.
- 12 Источники журналистской информации и методы сбора информации в журналистике.
- 13 Жанровые разновидности журналистских произведений: общая характеристика.
- 14 Информационные жанры журналистики.
- 15 Аналитические жанры журналистики.
- 16 Художественно-публицистические жанры журналистики.
- 17 Структура редакции печатных СМИ.
- 18 Технология выпуска номера газеты.
- 19 Типографский процесс выпуска номера газеты.
- 20 Корреспондент как ключевая фигура в журналистике.

ГЛОССАРИЙ:

Автор – по законодательству РФ об авторском праве физическое лицо, творческим трудом которого создано произведение.

Авторский лист - единица объема текста и изобразительного материала, равная 40 000 печатных знаков прозаического текста с пробелами между словами, либо 3000 кв. см. площади изображения иллюстраций и оформительских элементов, либо 700 стихотворным строкам.

Аудитория - понятие, которое трактуется по-разному в свете функционального значения. В медиаметрии этот термин подразумевает некое множество потенциальных потребителей медиaproдукта, рассматриваемое в заданных границах.

Белый шум - пропагандистский прием, заключающийся в подаче такого количества "новостей", что становится невозможно выбрать приоритеты.

4. Помощь студентам в их самостоятельном овладении материалом призваны оказать учебные *лекции* и *практические занятия*. Лектор стремится раскрыть способы и методы освоения материала, дает рекомендации по изучению необходимой литературы. Вместе с тем, как показывает практика преподавания, сами *конспекты лекций* чаще всего нуждаются в доработке в процессе самостоятельной работы студентов. Многие термины и имена, воспринимаемые на слух, зачастую искажаются при записи и должны быть исправлены самостоятельно.

Важным ориентиром для самостоятельной работы служит на практическом занятии *заключительное слово* преподавателя (общее или по ряду студенческих выступлений). Оно содержит оценку не только содержания и формы выступлений, но и степени освоения докладчиками рекомендованной литературы, их умения самостоятельно мыслить.

Примерный перечень вопросов к зачету с оценкой

- 1 СМИ как социальный институт.
- 2 Функции журналистики.
- 3 Теоретические концепции журналистики.
- 4 Генезис журналистики.
- 5 Становление европейской журналистики в XVII-XIX вв.
- 6 Становление российской журналистики в XVII-XIX вв.
- 7 Журналистика стран Западной Европы и США в XX веке.
- 8 Особенности развития российской журналистики в XX веке.
- 9 Российская журналистика в период 1991-2015 гг.: структура и особенности функционирования.
- 10 Роль журналистики в постиндустриальном информационном обществе.
- 11 Тенденции развития мировой журналистики.
- 12 Тенденции развития российской журналистики.
- 13 Типологические особенности современной периодической печати.
- 14 Качественная и массовая газета: сходство и различие.

Примерный перечень вопросов к промежуточному контролю

- 1 Законодательное обеспечение свободы слова в России.
- 2 Закон РФ «О СМИ».

ТЕМА 4. Экономические аспекты функционирования СМИ

Интервенция частного капитала в журналистику. Журналистская информация как товар. Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции. Изучение информационного рынка. Поиск оптимальной финансовой модели СМИ.

Редакция как производственное учреждение. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке России.

Планирование и методы маркетинга. Служба маркетинга. Бюджет редакции печатного периодического издания. Особенности бюджета телерадиокомпании и информационного агентства. Современный менеджмент и СМИ. Виды и формы распространения печатного периодического издания.

ТЕМА 5. Журналистика как область творческой деятельности

Редакторский, организаторский и авторский виды журналистской деятельности. Формы осуществления редакционной политики средствами массовой информации. Актуальность и оперативность как понятия, определяющие качества массовой информации. Научный, художественный и публицистический виды творчества и их презентация СМИ в повседневной практике.

Методы сбора информации в журналистике. Содержание и форма в публицистическом творчестве. Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в прессе, на радио и телевидении. Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в PR-деятельности. Создание текстов рекламы и связей с общественностью, и их применение в рамках создания журналистского произведения. Тексты рекламы и связей с общественностью как источники журналистского произведения.

ТЕМА 6. Массово-информационное право и этика журналиста

Правовое поле СМИ. Юридические аспекты свободы журналистики. Законодательство России о СМИ и концепция свободы печати. Закон РФ «О средствах массовой информации».

Этика журналиста. Этика профессиональная и служебная как важнейший момент профессионального становления. Кодекс профессиональной этики российского журналиста как концентрация профессионально-этических основ журналистской деятельности. Журналист и источники информации.

ТЕМА 7. Техника и технология СМИ

Структура редакции. Материально-технические средства производства периодических изданий. Основы современного полиграфического производства, средства полиграфического воспроизведения текста. Шрифты и их классификация. Компьютерная технология в полиграфическом производстве. Специфика печати газет и журналов. Виды печати. Офсетный способ печати. Виды печатных машин. Технология изготовления печатных форм. Современные настольные издательские системы.

Редакция газеты как производственно-творческая структура. Особенности журналистской работы. Система управления редакционным коллективом. Научная организация труда в редакции. Инструментарий современного журналиста. Штатное расписание редакций. Организация редакционных процессов при выпуске печатных СМИ. Требования техники безопасности и охраны окружающей среды. Технические средства печатных СМИ, радиовещания и телевидения.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Предлагаются типовые планы практических занятий по семи темам программы курса. После каждой темы дается список литературы. Распределение учебных часов, добавление или исключение тем или вопросов осуществляется преподавателями, ведущими занятия на потоках.

ТЕМА 1. Теоретические и методологические основы журналистики

Журналистское познание мира

Беседа-дискуссия о методах познания действительности в журналистике.

Разбор публикаций известных журналистов с анализом индивидуального стиля каждого автора.

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа - это планируемая в рамках дисциплины работа студентов, которая выполняется при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Она способствует развитию мышления, памяти и творческих способностей. Самостоятельная работа студентов включает в себя изучение учебников, учебных пособий, монографий по теории и практике массовой информации, в качестве источников – работ известных журналистов прошлого, критических статей и рецензий.

Работа с литературой обеспечивается определенной методической подготовкой, т.е. знакомством студентов с основными приемами работы с текстом, формами фиксации ее результатов.

1. Одним из условий успешного изучения какого-либо вопроса (темы) служит предварительное знакомство со *справочной литературой* (энциклопедии, терминологические словари и т. п.). Таким образом, можно приобрести исходные сведения по интересующему вопросу, познакомиться со значением нужных научных терминов.

2. Самостоятельное изучение литературных источников с необходимостью предполагает использование различных видов записи:

планов – наиболее кратких записей, содержащих лишь перечень рассматриваемых вопросов;

тезисов – изложение в сжатой повествовательной форме основных положений изучаемого материала;

выписок – дословного воспроизведения отдельных наиболее важных положений;

конспектов – наиболее совершенных форм записей, где излагаются в логической последовательности основные положения какого-либо источника.

3. *Конспект* объединяет в себе и план, и тезисы, и выписки; он позволяет также выразить отношение того, кто конспектирует, к воспроизводимым положениям, раскрыть их методологическую и теоретическую значимость для изучаемого курса.

Рекомендуется конспектировать произведение после его прочтения целиком или по частям и вести запись своими словами, прибегая, где это целесообразно, к прямому (и должным образом оформленному кавычками и сносками) цитированию. Это позволяет сознательно применять аналитико-синтетический метод освоения материала, т.е. расчленив его на части, выделить основное содержание и вместе с тем выявить внутренние связи между положениями и синтезировать, объединить расчлененный анализом материал.

6. Теплоук В.М. Социальная ответственность журналиста. М., 1984.
7. Ученова В.В. Публицистика и политика. М., 1979.

ТЕМА 7. Техника и технология СМИ

Редакция газеты как производственно-творческая структура

Особенности журналистской работы.

Система управления редакционным коллективом.

Литература

1. Воскобойников Я.С., Юрьев В.К. Журналист и информация. Профессиональный опыт западной прессы. М., 1993.
2. Корконосенко С.Г. Основы теории журналистики. СПб., 1995.
3. Основные понятия теории журналистики/Под ред. Я.Н.Засурского. М., 1993.

Беседа-дискуссия о психологии творчества журналиста. Индивидуально-психологические факторы аналитического творчества.

Литература

1. Абдрашитов Б.М. Учитесь мыслить нестандартно. М., 1996.
2. Библер В.С. Мышление как творчество. М., 1975.
3. Грузенберг С.О. Психология творчества. Введение в психологию и теорию творчества. Л., 1923.
4. Кузин В.И. Психологическая культура журналиста. СПб., 1997.
5. Свитич Л.Г. Профессия: журналист. М., 1991.
6. Стюфляева М.И. Человек в публицистике. Воронеж, 1989.

ТЕМА 2. Этапы развития журналистики

Анализ публицистического произведения

Беседа о методике анализа текста.

Пути выявления основных характеристик произведения (на конкретных примерах).

Беседа-дискуссия о жанре рецензии. История жанра. Примеры современных критических выступлений (разбор конкретных публикаций). Написание рецензии на театральную (кино-, телепремьеру).

Литература

1. Журбина Е.И. Теория и практика художественно-публицистических жанров. М., 1969.
2. Егоров Б.Ф. О мастерстве литературной критики. Жанры. Композиция. Стиль. Л., 1980.
3. Основы творческой деятельности журналиста/Ред.-сост. С.Г. Корконосенко. СПб., 2000.

ТЕМА 3. Система СМИ в современном мире

Содержательные элементы публицистического произведения

Конкурс на лучшую тематическую рубрику для студенческого журнала.

Проблема как объект отражения и исследования в аналитической публикации. Факт, ситуация, проблема и их взаимосвязь в публицистическом произведении (анализ конкретных публикаций).

Публицистическая идея (анализ конкретных публикаций + формулировка студентом собственной идеи и написание текста). Обсуждение творческих работ.

Аргументация. Формулирование тезиса, его обоснование в аналитическом творчестве. Использование приемов аргументации при создании аналитического материала. Приемы косвенной аргументации в аналитической журналистике. Тренинг по созданию эффективных приемов аргументации.

Литература

1. Донецких Л.И. Слово и мысль в художественном тексте. Кишинев, 1990.
2. Майданова Л.М. Аргументация в публицистическом тексте. Свердловск, 1992.
3. Марущак Ю.Д. Сюжет и композиция в газетной публицистике. М., 1986.
4. Мурашова В.И., Хмельницкая А.П. Искусство убеждать. М., 1981.
5. Прохоров Е.П. Публицистика: Природа. Закономерности. Искусство. М., 1992.
6. Фоминых В.Н. Публицистический факт. Путь к оптимизации журналистского текста. Красноярск, 1987.

ТЕМА 4. Экономические аспекты функционирования СМИ

Аналитическая работа в журналистике

Обсуждение опубликованных в печати информационных материалов. Написание 2-3 материалов информационного жанра.

Беседа-дискуссия о профессиональных качествах журналиста-аналитика. Разбор конкретных примеров.

Доклады о творчестве известных журналистов-аналитиков.

Литература

1. Горохов В.М. Основы журналистского мастерства. М., 1989.
2. Журналист и информация /Под ред. С.Г.Корконосенко. СПб., 1994.
3. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. СПб., 2001.
4. Мельник Г.С., Почкай Е.П. Методы научного анализа журналистского творчества. СПб., 1996.

5. Стрельцов Б.В. Основы публицистики. Жанры. Минск, 1990.
6. Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Журналист и его работа. М., 1970.

ТЕМА 5. Журналистика как область творческой деятельности

Творческая деятельность журналиста

Беседа-дискуссия о признаках и особенностях журналистского профессионализма и профессиональных обязанностях журналиста.

Беседа-дискуссия об отношении журналиста к факту (разбор конкретных журналистских публикаций), о значении проверки и перепроверки созданных текстов.

Литература

1. Воскобойников Я.С., Юрьев В.К. Журналист и информация. Профессиональный опыт западной прессы. М., 1993.
2. Корконосенко С.Г. Основы теории журналистики. СПб., 1995.
3. Основные понятия теории журналистики/ Под ред. Я.Н. Засурского. М., 1993.

ТЕМА 6. Массово-информационное право и этика журналиста

Правовые и этические нормы в журналистской практике

Этические принципы и нормы поведения в журналистике (международные, российские и зарубежные). Анализ публикаций из современной прессы с разбором нарушения этических норм.

Беседа-дискуссия: доступ журналиста к источникам информации.

Освещение в СМИ правовой тематики (обзор прессы)

Литература

1. Коренной А.А. Информация и коммуникация. Киев, 1986.
2. Кузин В.И. Психологическая культура журналиста. СПб., 1997.
3. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. М., 1999.
4. Ламбет Э.Б. Приверженность журналистскому долгу. Об этическом подходе в журналистской профессии. М., 1998.
5. Теплюк В.М. Журналист применяет профессию. Владивосток, 1990.