

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 31.01.2023 16:02:17  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

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

**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС**

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

УТВЕРЖДЕНА  
решением методической комиссии по  
направлению подготовки  
42.03.02 «Журналистика»  
Протокол от «17» июня 2020 г. № 3

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.О.33 «Теория и практика массовой информации и коммуникации»  
(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

ТПМИиК

---

(краткое наименование дисциплины)

42.03.02 Журналистика

---

(код, наименование направления подготовки)

Телерадиожурналистика

---

(направленность (профиль))

бакалавр

---

(квалификация)

очная

---

(форма обучения)

Год набора – 2020

Санкт-Петербург, 2020 г.

**Автор–составитель:**

Доцент кафедры управления информационными процессами Факультета журналистики ИГСУ РАНХиГС, кандидат филологических наук, доцент Ханова А.М.-Г.

**Заведующий кафедрой:**

Заведующий кафедрой управления информационными процессами Факультета журналистики ИГСУ РАНХиГС, доктор политических наук, профессор Силкин В.В.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы .....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО .....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине .....	11
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	26
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	30
6.1. Основная литература.....	30
6.2. Дополнительная литература.....	30
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	31
6.4. Нормативные правовые документы.....	31
6.5. Интернет-ресурсы, справочные системы .....	32
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	33

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы**

**1.1. Дисциплина Б1.О.33 «Теория и практика массовой информации и коммуникации» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-7	способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1	Способен применять знания теории и практики массовой информации, теории журналистики и основ журналистской деятельности, на основе сформированного системного представления о сущности и системе СМИ, о роли массовой информации в системе социальных коммуникаций, способен определить характер социально значимых проблем, стоящих перед журналистикой, требования, которые предъявляются к анализу социально значимых проблем и процессов в СМИ.
ПКо-1	способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКо-1.1	Способен осуществлять авторскую деятельность, раскрывая роль информации и коммуникации в пространстве социального взаимодействия, функции СМИ в процессе формирования структуры современного общества и функционирования различных социальных институтов, учитывая специфику разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

**1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:**

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-7.1	на уровне знаний: демонстрировать знание теории и практики массовой информации.
		на уровне умений: определять характер социально значимых проблем, стоящих перед журналистикой, требования, которые предъявляются к анализу социально значимых проблем и процессов в СМИ.
		на уровне навыков: демонстрировать навыки оценки социально-значимых проблем, стоящих перед журналистикой, требования, которые предъявляются к анализу социально значимых проблем и процессов в СМИ.
	ПКО-1.1	на уровне знаний: демонстрировать знания в области информационно-коммуникативных процессов.
		на уровне умений: определять механизмы управленческого воздействия массово-информационной деятельности на систему взглядов и представлений в обществе; раскрыть социальные функции журналистики.
		на уровне навыков: демонстрировать навыки управленческого воздействия массово-информационной деятельности на систему взглядов и представлений в обществе; социальных функций журналистики.

## **2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО**

### **Объем дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, всего – 144 часа. Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 32 часа: лекции – 16 часов, практические занятия – 16 часов. Самостоятельная работа составляет 76 часов. Контроль – 36 часов.

### **Место дисциплины в структуре ОП ВО**

Дисциплина Б1.О.33 «Теория и практика массовой информации и коммуникации» входит в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОП ВО и изучается в 1 семестре 1 курса.

В содержательном плане дисциплина опирается на предыдущий уровень образования. Дисциплина выступает основой для изучения: Б1.О.08 Социология журналистики (4 семестр), Б1.О.10 Правовые основы журналистики (4 семестр), Б1.О.25, Стилистика и литературное редактирование (6 семестр).

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен (1 семестр).

Дисциплина может быть реализована с применением дистанционных образовательных технологий» и информацию о доступе к ДОТ-«Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства, и в том числе на портале: <https://szuu-de.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости*	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
<i>Очная форма обучения</i>								
1.	Массовая информация и коммуникация в условиях социально-политических трансформаций	12	2		2		8	О,Т,З,Р
2.	Информационное общество: сущность и тенденции развития	12	2		2		8	О,Т,З,Р
3.	Средства массовой информации и коммуникации.	12	2		2		8	О,Т,З,Р
4.	Пространство медиа. Система СМИ.	12	2		2		8	О,Т,З,Р
5.	Функции СМИ в управлении социально-политическими процессами	14	2		2		10	О,Т,З,Р
6.	Журналистская деятельность: особенности и методы	14	2		2		10	О,Т,З,Р
7.	Жанры и тематические направления журналистики	18	2		2		14	О,Т,З,Р
8.	Технология создания журналистского материала.	14	2		2		10	О,Т,З,Р
Промежуточная аттестация		36						экзамен
<b>Всего:</b>		<b>144</b>	<b>16</b>		<b>16</b>		<b>76</b>	

\*Примечание: формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), задание (З), реферат (Р).

#### Содержание дисциплины

##### Тема 1. Массовая информация и коммуникация в условиях социально-политических трансформаций.

Информации: сущность и виды. Коммуникация – вид социальной практики. Типологии современных медиа. Массовая коммуникация в информационном обществе. Модели массовой коммуникации. Социально-экономические, политические,

культурологические и технологические факторы, определяющие роль массовой коммуникации в современном мире. Основные подходы к изучению массовой коммуникации. Исследовательские модели: классический, постклассический и постнеклассический подход к исследованию информационных процессов. Тенденции развития российских масс-медиа. Проблемы, связанные с распространением культурных ценностей и нравственных идеалов в СМИ, с сохранением национально-культурной идентичности России.

Информационные события и информационные процессы. Понятие «информационная политика». Понятие «государственная информационная политика».

Виды социальной информации, циркулирующей в СМК для устойчивого функционирования общественных и государственных структур (научная, художественная, публицистическая, специальная). Критерии качества массмедийной информации. Матрица качества массовой информации (конструктивной, неконструктивной, деструктивной).

Анализ конкретных ситуаций, связанных с презентацией в СМК конструктивной, неконструктивной и деструктивной информации.

Понятие массмедийной культуры. Формирование журналистской картины мира, совпадающей с виртуальной реальностью, внедрение в общественное сознание новых социокультурных норм бытия. Интервенция суррогатной масскультуры в информационную среду России, трансформирующей отечественную культуру, традиции, язык.

## **Тема 2. Информационное общество: сущность и тенденции развития.**

Информационное общество. Сущность и подходы к определению информационного общества. Д. Белл, М. Маклюэн, О. Тоффлер, М. Кастельс о предпосылках развития информационного общества. Стадии развития информационного общества.

Конструктивные и деструктивные тенденции развития информационного общества. Новый формат социальных отношений в информационном обществе. Современная информационная культура. Государственная информационная политика в условиях информационного общества. Задачи информационной аналитики. Проблема «цифрового неравенства». Конвергенция СМИ в условиях информационного общества. Характерные черты глобального информационного пространства.

Средства массовой информации и коммуникации в информационном обществе. Изменение роли и функций СМИ в информационном обществе: политизация, коммерциализация, консолидационные и деструктивные функции. Тенденции развития информационного общества.

## **Тема 3. Средства массовой информации и коммуникации.**

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. Движущие силы теоретизирования в области СМИ. Медиалогия как новая наука.

Традиционные и новые средства массовой коммуникации. Изменение роли аудитории массмедиа. Современный медиатекст: основные характеристики. Специфика медиатекста в сфере СМИ: мультимедийность, гипертекстуальность, интерактивность Современная мультимедийная и конвергентная журналистика.

#### **Тема 4. Пространство медиа. Система СМИ.**

Система СМИ как единое информационно-коммуникативное пространство. 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. Информационные потоки и информационный порядок. Социально-культурные проблемы (насилие, преступность) и долгосрочные эффекты. Понятие инфраструктуры СМИ. 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 СМИ и ее элементы. Интернет как фактор качественной трансформации системы СМИ и инфраструктурных элементов. Особенности прессы, радио, ТВ, Интернет-СМИ. Отличие медиаинститута от других институтов знаний (искусства, религии, науки, образования). Критерии определения достоинств и недостатков основных медианосителей. Специфика печатных СМИ–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 сетевых 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 5. Функции СМИ в управлении социально-политическими процессами.**

Понятие типологии и значение типологизации СМИ. Типоформирующие признаки СМИ. Типологические характеристики СМИ. Типы СМИ по отношению к политическому режиму: «инструментальные», «четвертая власть», «социальные лидеры». Классификация СМИ с точки зрения моделей взаимоотношений с аудиторией: управленческо-технократический, коммуникативно-познавательный, гуманитарный типы. Компоненты системы СМИ как типологические признаки: технологические, экономические, аудиторные, редакционные, целевое назначение и организационная модель СМИ. Основные типологические характеристики печати, радио, телевидения, Интернет-СМИ. Типология информагентств: национальные, специализированные, региональные, сетевые. Глобальные агентства. Потребители агентской информации: профессионалы и массовая аудитория. Специфика массовых информационных продуктов. Ранжирование аудитории по типу медиа, каналу, контенту. Феномен «власти медиа». Виды и уровни эффектов медиа. Типология медиаэффектов (время и интенсивность). Российские радиохолдинги в XXI веке. Телеландшафт современной России. Функции СМИ. Представления о ролевом назначении СМИ в различных общественно-политических системах.

Модели журналистики и роль СМИ в коммуникационном процессе: манипулятивная, двусторонняя симметричная. Различие 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. Базовые функции периодической печати. Функции радиовещания. Актуальные функции телевидения. Медиа-коммуникация как средство социализации личности. СМИ в системе социальных институтов и социальных связей. Ресурсы и объективные ограничения влияния СМИ на характер и содержание социально-политических процессов.

Содержание понятия «информационные потребности». Структура информационных потребностей. Информационные потребности личности и общества. Особенности современного российского информационного рынка: структура, специфика в различных областях информационной деятельности. Спрос и предложение в информационной сфере. Интернет и рынок: качественные изменения информационного поля.

Субъекты и объекты информационной политики. Государственная информационная политика. Политика государства в отношении СМИ как одна из важнейших составляющих общенациональной информационной политики. Разгосударствливание СМИ. Современное российское законодательство как отражение политики государства в области СМИ. Основные ресурсы реализации государственной политики в отношении СМИ. Современная система российских СМИ, динамика и особенности развития. Глобальные СМИ и роль национальных СМИ в информационно-коммуникативном пространстве.

#### **Тема 6. Журналистская деятельность: особенности и методы.**

Журналистика как область творческой деятельности. Методологические основы творчества и его слагаемые. Типы мышления: наглядно-действенное, наглядно-образное, словесно-логическое. Особенности профессиональных качеств журналиста в зависимости от тематической направленности и специализации: репортер, аналитик, исследователь, публицист, ведущий-модератор. Профессия и специальности. Роль журналиста в газетном, радио- и телевизионном производстве.

Критерии и принципы журналистской деятельности. Журналистика как базовая сфера профессиональной медиа-деятельности. Особенности журналистского труда: производственно-творческий, индивидуально- коллективный, оперативный и непрерывный, универсально- специализированный характер. Типы творчества в журналистике. Синкретизм как принцип журналистского творчества. 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. ~~Новый субъект журналистской деятельности:~~ аудитория. Аудитория как главный типоформирующий признак СМИ. Действенность и эффективность журналистики: проблемы, факторы и методы повышения результативности. Концепции эффективности: прямая, условная, кумулятивная, когнитивная. Результативность как мера реализации цели. «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. Принципы коллаборации с аудиторией. Журналистская деятельность в рамках правового поля. Этические стандарты журналистской деятельности. Свобода слова как фактор развития журналистики: история и современное состояние.

#### **Тема 7. Жанры и тематические направления журналистики.**

Понятие «жанр». Представление о жанровой структуре и топологии: исторический, аксиологический и гносеологический аспекты. Теоретические основы традиционного жанрового определения искусства. Жанры журналистики: подходы к выделению типологических признаков. Основные характеристики информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров. Развлекательные жанры. Рекламные жанры. Жанры сетевых СМИ. Жанры фотожурналистики. Цель и факторы выбора жанра.

Тематические направления современной журналистики: политическая, экономическая, культурная, спортивная и др. Критерии оценки произведения с точки зрения его жанрово-тематической структуры и зрительского восприятия. Тренды развития коммуникаций в XXI веке и парадигмы журналистики. Понятие «гражданской» и «конвергентной» журналистики.

Информационные жанры. Отличительные особенности информационной группы жанров. Параметры информационных сообщений. Понятие «новизны» информации. Формирование новостного потока и особенности конструирования новости.

Природа и назначение факта. Место факта в информационных жанрах. Ньюсмейкинг: создание информационных поводов. Источники получения новостей. Факты и мнения в новостях. Понятие «объективности» в информационных жанрах. Виды информационных заметок. Сюжетные схемы новостей. Условия создания репортажа. Виды репортажей. Интервью как жанр. Разновидности интервью и типология вопросов. Методика подготовки к интервью и технология проведения.

Особенности жанра отчет. Технологии работы над информационными жанрами в газете, на радио, телевидении, в Интернет-СМИ. Прямые эфиры и их специфика. Новостные ленты.

Аналитические жанры. Отличительные особенности группы аналитических жанров. Факт в аналитических жанрах. Позиционное расположение фактов внутри материала: по временному принципу, по принципу противопоставления, по проблемной группировке фактов. Роль автора в аналитических жанрах. Актуализация проблемы и поиски ее решения в аналитических материалах. Аналитический обзор. Характеристика аналитических жанров в печати, на радио, телевидении, Интернете. Обзорение, комментарий, прогноз и версия как наиболее востребованные жанры современной аналитической журналистики.

Специфика ток-шоу. Формы вовлечения аудитории в журналистский процесс. Понятие «инфотейнмент» как синтез информационных жанров и развлечений.

Отличительные особенности журналистского расследования: методы, информационное обеспечение, вопросы этики. Направления журналистского расследования. Художественно-публицистические жанры: очерк, фельетон, памфлет, эссе, зарисовка. Сатирические жанры. Типы композиционных форм: композиция, сюжет, фабула, архитектоника.

Новые мультимедийные жанры. Иллюстративные жанры в сетевых СМИ. Синтетические жанры. Лонгрид. Онлайн-репортаж. Блог.

## **Тема 8. Технология создания журналистского материала.**

Журналистский текст как особый вид информационного продукта: специфика, функции, место в системе массовой коммуникации. Факт – основа журналистского материала.

Методика работы с источниками информации. Методы сбора информации. Проверка источников информации. Ссылка на источник информации. Документальные источники информации. Люди как источники информации. Интервью как метод и как жанр. Система информирования журналистов: информационные агентства, пресс-службы, PR-службы, специальные мероприятия: пресс-конференции, брифинги, презентации.

Персонализированные способы получения информации: наблюдение и эксперимент. Методика работы с секретной информацией и информацией с ограниченным доступом: государственной, коммерческой, служебной, профессиональной тайной, персональными данными. Частная информация и общественный интерес: границы допустимого. Условия передачи информации: для печати, для фона, без ссылки на источник, не для печати. Псевдоисточники информации. Интернет как источник информации.

События, явления, процессы как объекты отражения. Семантика и прагматика журналистского текста. Структура журналистского материала. Наиболее распространенные композиционные ошибки. Функции заголовка. Лид как часть заголовочного комплекса, виды лидов.

#### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

##### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.**

**4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.33 «Теория и практика массовой информации и коммуникации» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Массовая информация и коммуникация в условиях социально-политических трансформаций	Опрос, тестирование, задание, реферат
Тема 2	Информационное общество: сущность и тенденции развития	Опрос, тестирование, задание, реферат
Тема 3	Средства массовой информации и коммуникации.	Опрос, тестирование, задание, реферат
Тема 4	Пространство медиа. Система СМИ.	Опрос, тестирование, задание, реферат
Тема 5	Функции СМИ в управлении социально-политическими процессами	Опрос, тестирование, задание, реферат
Тема 6	Журналистская деятельность: особенности и методы	Опрос, тестирование, задание, реферат
Тема 7	Жанры и тематические направления журналистики	Опрос, тестирование, задание, реферат
Тема 8	Технология создания журналистского материала.	Опрос, тестирование, задание, реферат

##### **4.1.2. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):**

в устной форме по вопросам, предусматривают выполнение заданий. Промежуточная аттестация может проводиться с использованием дистанционных образовательных технологий.

##### **4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.**

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,

- выступление с докладами по вопросам к опросам,
- участие в обсуждении докладов.
- выполнение задания
- выполнение реферата.

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, выполнение домашних заданий, защита реферата, тестирование.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

### **Вопросы для подготовки к опросам:**

#### **Тема 1. Массовая информация и коммуникация в условиях социально-политических трансформаций.**

1. Информации: сущность и виды.
2. Типологии современных медиа.
3. Массовая коммуникация в информационном обществе.
4. Модели массовой коммуникации.
5. Социально-экономические, политические, культурологические и технологические факторы, определяющие роль массовой коммуникации в современном мире.
6. Основные подходы к изучению массовой коммуникации.
7. Исследовательские модели: классический, постклассический и постнеклассический подход к исследованию информационных процессов.
8. Тенденции развития российских масс-медиа.
9. Информационные события и информационные процессы.
10. Понятие «информационная политика».
11. Понятие «государственная информационная политика».
12. Виды социальной информации, циркулирующей в СМК для устойчивого функционирования общественных и государственных структур (научная, художественная, публицистическая, специальная).
13. Критерии качества массмедийной информации. Матрица качества массовой информации (конструктивной, неконструктивной, деструктивной).
14. Понятие массмедийной культуры.
15. Формирование журналистской картины мира, совпадающей с виртуальной реальностью, внедрение в общественное сознание новых социокультурных норм бытия.

#### **Тема 2. Информационное общество: сущность и тенденции развития.**

1. Информационное общество. Сущность и подходы к определению информационного общества.

2. Д. Белл, М. Маклюэн, О. Тоффлер, М. Кастельс о предпосылках развития информационного общества.
3. Стадии развития информационного общества.
4. Средства массовой информации и коммуникации в информационном обществе.
5. Изменение роли и функций СМИ в информационном обществе: политизация, коммерциализация, консолидационные и деструктивные функции.
6. Конструктивные и деструктивные тенденции развития информационного общества.
7. Новый формат социальных отношений в информационном обществе.
8. Современная информационная культура.
9. Государственная информационная политика в условиях информационного общества.
10. Задачи информационной аналитики.
11. Изменение роли в СМИ в информационном обществе.
12. Проблема «цифрового неравенства».
13. Конвергенция СМИ в условиях информационного общества.
14. Характерные черты глобального информационного пространства.

### **Тема 3. Средства массовой информации и коммуникации.**

1. Средства массовой информации (СМИ) и средства массовой коммуникации (СМК): сопоставительная характеристика терминов.
2. Современные виды СМИ. Междисциплинарный анализ СМИ.
3. Общая характеристика эволюции исследовательского процесса в области СМИ в XX в.: от гипнотического эффекта масс-медиа к теориям ограниченных эффектов.
4. Влияние эмпирических исследований на теорию о массовых коммуникациях. Исследовательские школы и их вклад в становление теории о СМИ.
5. Медиа-ориентированные и социально-ориентированные подходы изучения СМИ.
6. Масс-медиа в контексте продуцируемых и распространяемых в обществе идей, ценностей как основа культурологического подхода в изучении СМИ.
7. Движущие силы теоретизирования в области СМИ. Медиалогия как новая наука.
8. Изменение роли аудитории массмедиа.
9. Традиционные и новые средства массовой коммуникации.
10. Современный медиатекст: основные характеристики.
11. Современная мультимедийная и конвергентная журналистика.

### **Тема 4. Пространство медиа. Система СМИ.**

1. Система СМИ как единое информационно-коммуникативное пространство. Структурные элементы системы СМИ.
2. Отрасль печатных СМИ. Радио. Телевидение. Основные информационные агентства России и их направленность. Двойственное положение Интернет-СМИ в системе медиа.
3. Компоненты системы с точки зрения функционирования СМИ: технологическая, экономическая, редакционная, информационная, организационная структуры, структура аудитории СМИ.
4. Система СМИ и ее среда.
5. Тенденции формирования системы СМИ постсоветской России.
6. Информационные потоки и информационный порядок.

7. Социально-культурные проблемы (насилие, преступность) и долгосрочные эффекты.
8. Понятие «инфраструктура СМИ».
9. Информационные службы, рекламные агентства, пресс-центры в массовом информационном процессе.
10. Организационно-управленческая структура СМИ и ее элементы.
11. Интернет как фактор качественной трансформации системы СМИ и инфраструктурных элементов.
12. Особенности отдельных отраслей СМИ – прессы, радио, ТВ, Интернет-СМИ. Отличие медиаинститута от других институтов знаний (искусства, религии, науки, образования).
13. Критерии определения достоинств и недостатков основных медианосителей. Специфика печатных СМИ.
14. Особенности восприятия печатной, аудио- и видеоинформации.
15. Публичная и приватная сфера потребления медиа.
16. Требования аудитории к контенту.
17. Особенности интернет-СМИ и основные проблемы медиасферы в Интернете.
18. Реклама как особая форма коммуникации в СМИ.
19. Масс-медиа в контексте «экранной культуры». Триумф кинематографа.
20. Вызовы информационной эпохи: телекратия и клиповая культура, Интернет и «виртуальная реальность», глобализм и поиск новой идентичности.

#### **Тема 5. Функции СМИ в управлении социально-политическими процессами.**

1. Понятие типологии и значение типологизации СМИ.
2. Типоформирующие признаки СМИ.
3. Типологические характеристики СМИ.
4. Классификация СМИ с точки зрения моделей взаимоотношений с аудиторией: управленческо-технократический, коммуникативно-познавательный, гуманитарный типы.
5. Компоненты системы СМИ как типологические признаки: технологические, экономические, аудиторные, редакционные, целевое назначение и организационная модель СМИ.
6. Функции СМИ. Представления о ролевом назначении СМИ в различных общественно-политических системах.
7. Модели журналистики и роль СМИ в коммуникационном процессе: манипулятивная, двусторонняя симметричная.
8. Интернет и рынок: качественные изменения информационного поля.
9. Политика государства в отношении СМИ как одна из важнейших составляющих общенациональной информационной политики.
10. Субъекты и объекты информационной политики.

#### **Тема 6. Журналистская деятельность: особенности и методы.**

1. Журналистика как область творческой деятельности. Методологические основы творчества и его слагаемые.
2. Особенности профессиональных качеств журналиста в зависимости от тематической направленности и специализации: репортер, аналитик, исследователь, публицист, ведущий-модератор. Профессия и специальности. Роль журналиста в газетном, радио- и телевизионном производстве.

3. Критерии и принципы журналистской деятельности.
4. Журналистика как базовая сфера профессиональной медиа-деятельности.
5. Особенности журналистского труда: производственно-творческий, индивидуально- коллективный, оперативный и непрерывный, универсально-специализированный характер. Типы творчества в журналистике.
6. Действенность и эффективность журналистики: проблемы, факторы и методы повышения результативности.
7. Концепции эффективности: прямая, условная, кумулятивная, когнитивная.
8. «Минимальный стандарт» качества к журналистским произведениям.
9. Качественные и количественные исследования СМИ и способы их использования.
10. Гражданская журналистика: особенности формирования повестки дня, информационных потоков, взаимодействия с профессионалами.
11. Журналистская деятельность в рамках правового поля.
12. Этические стандарты журналистской деятельности.
13. Свобода слова как фактор развития журналистики: история и современное состояние.

### **Тема 7. Жанры и тематические направления журналистики.**

1. Жанры журналистики: подходы к выделению типологических жанровых признаков.
2. Основные характеристики информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров. Развлекательные жанры. Рекламные жанры. Жанры сетевых СМИ. Жанры фотожурналистики. Цель и факторы выбора жанра.
3. Тематические направления современной журналистики: политическая, экономическая, культурная, спортивная и др. Критерии оценки произведения с точки зрения его жанрово-тематической структуры и зрительского восприятия.
4. Тренды развития коммуникаций в XXI веке и парадигмы журналистики. Понятие «гражданской» и «конвергентной» журналистики.
5. Информационные жанры. Отличительные особенности информационной группы жанров.
6. Ньюсмейкинг: создание информационных поводов. Источники получения новостей. Факты и мнения в новостях.
7. Технологии работы над информационными жанрами в газете, на радио, телевидении, в Интернет-СМИ. Прямые эфиры и их специфика. Новостные ленты.
8. Аналитические жанры. Характеристика аналитических жанров в печати, на радио, телевидении, Интернете.
9. Обозрение, комментарий, прогноз и версия как наиболее востребованные жанры современной аналитической журналистики.
10. Специфика ток-шоу. Формы вовлечения аудитории в журналистский процесс. Понятие «инфотейнмент» как синтез информационных жанров и развлечений.
11. Отличительные особенности журналистского расследования
12. Художественно-публицистические жанры: очерк, фельетон, памфлет, эссе, зарисовка. Сатирические жанры.
13. Типы композиционных форм: композиция, сюжет, фабула, архитектоника.

### **Тема 8. Технология создания журналистского материала.**

1. Журналистский текст как особый вид информационного продукта: специфика, функции, место в системе массовой коммуникации.
2. Факт – основа журналистского материала.
3. Методы сбора информации.

4. Методика работы с источниками информации. Документальные источники информации. Люди как источники информации. Интервью как метод и как жанр.
5. Система информирования журналистов: информационные агентства, пресс-службы, PR-службы, специальные мероприятия: пресс-конференции, брифинги, презентации.
6. Персонализированные способы получения информации: наблюдение и эксперимент.
7. Методика работы с секретной информацией и информацией с ограниченным доступом: государственной, коммерческой, служебной, профессиональной тайной, персональными данными.
8. Частная информация и общественный интерес: границы допустимого. Условия передачи информации: для печати, для фона, без ссылки на источник, не для печати.
9. События, явления, процессы как объекты отражения.
10. Структура журналистского материала.

### **Типовые тестовые задания**

**Какое из нижеприведенных определений дает трактовку феномену «массовая коммуникация»?**

- А. Система коммуникационных связей межличностного и группового общения.
- Б. Случайный обмен информацией между людьми при встрече.
- В. Процесс сообщения социальной информации с помощью средств коммуникации большому количеству рассредоточенных людей.
- Г. Система взаимосвязей, осуществляемых между представителями различных стран.

**Каковы условия функционирования массовой коммуникации?**

- А. Наличие массовой аудитории.
- Б. Объем информации и скорость ее распространения.
- В. Потребность в информации у многочисленной аудитории.
- Г. Массовая аудитория, социальная значимость информации, соответствующие средства коммуникации, многоканальность коммуникаций.

**Представьте себе, что вам необходимо составить пресс-релиз, посвященный принятию непопулярного административного решения. Какой целью будете руководствоваться, формируя ключевые слова и сообщения?**

- А. Информирование населения.
- Б. Отвлечение внимания аудитории от социальных издержек решения.
- В. Коррекция негативного восприятия информации.
- Г. Апелляция к авторитету руководителя.

**Кто является автором понятия «публичная сфера»?**

- А. Парсонс Т.
- Б. Аристотель.
- В. Хабермас Ю.
- Г. Блэк С.



**Какое из предлагаемых определений соответствует понятию «целевая аудитория»?**

- А. Часть, аудитории, объединенная какими-либо характеристиками.
- Б. Сегмент потребителей информации.
- В. Часть аудитории, объединенная какими-либо характеристиками, на которую направлено конкретное информационное воздействие.
- Г. Специализированная аудитория.

**Дайте определение коммуникационного процесса:**

- А: коммуникация – это информационная связь;
- Б: коммуникация – это процесс передачи и получения информации;
- В: коммуникация – это СМК и СМИ;
- Г: коммуникация – это взаимодействие различных приемных и передающих устройств;
- Д: коммуникация – это общение.

**Кодирование – это... (продолжить, выбрав правильный ответ):**

- А. ...перевод на язык коммуникации идей и замыслов отправителя;
- Б. ...написание речей, текстов или сообщений рекламного, информационного или иного характера ;
- С. сообщения, не предназначенного для широкого ...шифровка оглашения;
- Д. ...выбор шрифта при написании текста;
- Е. ...выбор характеристики теле- или радиосигнала для максимального достижения его четкости.

**Факторы эффективности декорирования сообщения зависят от... (продолжить, выбрав правильный ответ):**

- А. ...понимания смысла сообщения;
- Б. ...стереотипов мышления;
- С. ...финансового положения получателя сообщения;
- Д. ...барьеров коммуникации;
- Е. ...его семантических характеристик.

### **Типовые задания**

**Задание 1.** Прочитайте представленные фрагменты статей. Придумайте заголовок.

**Задание 2.** Прочитайте предложенный текст и перестройте его по принципу перевернутой пирамиды, размещая информацию по мере убывания значимости. Предложите свой заголовок и, при необходимости, подзаголовок и лид.

**Задание 3.** Н.В. Гоголь в «Мертвых душах» описывает русские национальные особенности вербальной и невербальной коммуникации. Назовите эти особенности.

Надобно сказать, что у нас на Руси если не угнались еще кой в чем другом за иностранцами, то далеко перегнали их в умении обращаться. Пересчитать нельзя всех оттенков и тонкостей нашего обращения. Француз или немец век не смекнет и не поймет всех его особенностей и различий: он почти тем же голосом и тем же языком станет говорить и с миллионщиком, и с мелким табачным торгашом, хотя, конечно, в душе поподличает в меру перед первым. У нас не то: у нас есть такие мудрецы, которые с помещиком, имеющим 200 душ, будут говорить совсем иначе, нежели с тем, у которого их 300, а с тем, у которого их 300, будут говорить опять не так, как с тем, у которого их

500, а с тем, у которого их 500, опять не так, как с тем, у которого их 800, — словом, хоть восходи до миллиона, все найдутся оттенки. Положим, например, существует канцелярия, не здесь, а в тридевятом государстве, а в канцелярии, например, существует правитель канцелярии. Прошу посмотреть на него, когда он сидит среди своих подчиненных, — да просто от страха и слова не выговоришь! Гордость и благородство, а уж чего не выражает лицо его? Просто бери кисть да рисуй: Прометей, решительный Прометей! Высматривает орлом, выступает плавно, мерно. Тот же самый орел, как только вышел из своей комнаты и приближается к кабинету своего начальника, куропаткой такой спешит с бумагами под мышкой, что мочи нет. В обществе и на вечеринке, будь все небольшого чина, Прометей так и останется Прометеем, а чуть немного повыше его, с Прометеем сделается такое превращение, какого Овидий не выдумает: муха, даже меньше мухи, уничтожился в песчинку! «Да это не Иван Петрович, — говоришь, глядя на него. — Иван Петрович выше ростом, а этот низенький и худенький; тот говорит громко, басит и никогда не смеется, а этот черт знает что: пищит птицей и все смеется. Подходишь ближе — точно Иван Петрович! «Эхе-хе, — думаешь себе...»».

**Задание 4.** Проанализируйте ход переговоров Остапа Бендера и Ипполита Матвеевича Воробьянинова о распределении драгоценностей, которые герои И. Ильфа и Е. Петрова планируют отыскать (клад Воробьянинову завещала теща, а Ипполит Матвеевич неосторожно рассказал о его местонахождении Бендеру до начала переговоров).

Остап начал выработать условия.

— В случае реализации клада я как непосредственный участник концессии и технический руководитель дела получаю шестьдесят процентов, а в соцстрах можете за меня не платить. Это мне все равно.

Ипполит Матвеевич посерел.

— Это грабеж среди бела дня.

— А сколько же вы думали мне предложить?

— Н-н-ну, пять процентов, ну, десять, наконец. Вы поймите, ведь это же пятнадцать тысяч рублей!

— Больше ничего не хотите?

— Н-нет.

— А может быть, вы хотите, чтобы я работал даром, да еще дал вам ключ от квартиры, где деньги лежат?

— В таком случае простите, — сказал Воробьянинов в нос. — У меня есть основания думать, что я и один справлюсь со своим делом.

— Ага! В таком случае, простите, — возразил великолепный Остап, — у меня есть не меньше основания, как говорил Эдди Так-кер, предполагать, что и я один могу справиться с вашим делом.

— Мошенник! — закричал Ипполит Матвеевич, задрожав.

Остап был холоден.

— Слушайте, господин из Парижа, а знаете ли вы, что ваши бриллианты у меня уже в кармане! И вы меня интересуете лишь постольку, поскольку я хочу обеспечить вашу старость.

Тут только Ипполит Матвеевич понял, какие железные лапы схватили его за горло.

— Двадцать процентов, — сказал он угрюмо.

— И мои харчи? — насмешливо спросил Остап.

— Двадцать пять.

— И ключ от квартиры?

— Да ведь это тридцать семь с половиной тысяч!

— К чему такая точность? Ну, так и быть — пятьдесят процентов. Половина —

ваша, половина — моя.

Торг продолжался. Остап уступил еще. Он, из уважения к личности Воробьянинова, соглашался работать из сорока процентов.

— Шестьдесят тысяч! — кричал Воробьянинов.

— Вы довольно пошлый человек, — возражал Бендер, — вы любите деньги больше, чем надо.

— А вы не любите денег? — взвыл Ипполит Матвеевич голосом флейты.

— Не люблю.

— Зачем же вам шестьдесят тысяч?

— Из принципа!

Ипполит Матвеевич только дух перевел.

— Ну что, тронулся лед? — добивал Остап.

Воробьянинов запыхтел и покорно сказал:

— Тронулся.

— Ну, по рукам, уездный предводитель команчей.

**Задание 5.** Проанализируйте стратегию и тактику героев пьесы А.П. Чехова «Медведь» во время переговоров о возврате долга.

Смирнов. Сударыня, имею честь представиться: отставной поручик артиллерии, землевладелец Григорий Степанович Смирнов! Вынужден беспокоить вас по весьма важному делу.

Попова (не подавая руки). Что вам угодно?

Смирнов. Ваш покойный супруг, с которым я имел честь быть знаком, остался мне должен по двум векселям тысячу двести рублей. Так как завтра мне предстоит платеж процентов в земельный банк, то я просил бы вас, сударыня, уплатить мне деньги сегодня же.

Попова. Тысяча двести... А за что мой муж остался вам должен?

С м и р н о в. Он покупал у меня овес.

Попова. Если Николай Михайлович остался вам должен, то, само собою разумеется, я заплачу; но, извините, пожалуйста, у меня сегодня нет свободных денег. Послезавтра вернется из города мой приказчик, и я прикажу ему уплатить вам, что следует, а пока я не могу исполнить вашего желания... К тому же сегодня исполнилось ровно семь месяцев, как умер мой муж, и у меня теперь такое настроение, что я совершенно не расположена заниматься денежными делами.

Смирнов. Ау меня такое теперь настроение, что если я завтра не заплачу процентов, то я должен буду вылететь в трубу вверх ногами. У меня опишут имение!

Попова. Послезавтра вы получите деньги.

Смирнов. Мне нужны деньги не послезавтра, а сегодня.

Попова. Простите, сегодня я не могу заплатить вам.

Смирнов. Ая не могу ждать до послезавтра.

Попова. Что делать, если у меня сейчас нет!

Смирнов. Стало быть, не можете заплатить?

Попова. Не могу... Я, кажется, ясно сказала: приказчик вернется из города, тогда и получите.

Смирнов. Я приехал не к приказчику, а к вам! На кой леший, извините за выражение, сдался мне ваш приказчик!

Попова. Простите, милостивый государь, я не привыкла к этим странным выражениям, к такому тону...

Смирнов. Заплатите мне деньги, и я уеду.

Попова. Я сказала вам русским языком: денег у меня свободных теперь нет, погодите до послезавтра.

Смирнов. Я тоже имел честь сказать вам русским языком: деньги нужны не послезавтра, а сегодня. Если сегодня вы мне не заплатите, то завтра я должен буду повеситься.

П о п о в а. Но что мне делать, если у меня нет денег? Как странно!

Смирнов. В таком случае я остаюсь здесь и буду сидеть, пока не получу... Я вас спрашиваю: мне нужно заплатить завтра проценты или нет?.. Или вы думаете, что я шучу?

Попова. Милостивый государь, прошу вас не кричать! Здесь не конюшня!

Смирнов. Я вас не о конюшне спрашиваю, а о том, нужно мне платить завтра проценты или нет?

П о п о в а. Вы не умеете себя держать в женском обществе!

Смирнов. Нет-с, я умею себя держать в женском обществе!

Попова. Нет, не умеете! Вы невоспитанный, грубый человек! Порядочные люди не говорят так с женщинами!

Смирнов. Ах, удивительное дело! Как вы прикажете говорить с вами? По-французски, что ли? (Злится и сюсюкает.) Мадам, же ву при... как я счастлив, что вы не платите мне денег... Ах, пардон, что обеспокоил вас! Такая сегодня прелестная погода! И этот траур к лицу вам!

Попова. Неумно и грубо.

Смирнов. (дразнит). Неумно и грубо! Я не умею себя держать в женском обществе!

### **Примерные темы рефератов**

1. Информация как социальный и экономический ресурс.
2. Социальные проблемы и средства массовой коммуникации.
3. Феномен внушения в постсоветских СМИ.
4. Модели взаимоотношений прессы и государства в современной России.
5. Общественно-политическая пресса. Новые секторы российского информационного поля.
6. Проблема эффективного взаимодействия текста с аудиторией: информационная насыщенность, информативность, информированность.
7. Принципы создания эффективных текстов в Интернет-журналистике.
8. Место телевидения в информировании о событиях международного уровня.
9. Центральные и местные теленовости: события без героев.
10. Типологические признаки современного радиовещания.
11. Правовое регулирование электронных СМИ в России.
12. Специфика распространения информации по немедийным каналам.
13. Проблемы аргументации в современном журналистском тексте.
14. Особенности современного газетного стиля.
15. Творческие факторы эффективности СМИ.
16. Проблемы развития гражданского общества в публикациях российских СМИ.
17. Социальные эффекты массовой коммуникации.
18. Зарубежные издания и телерадиостанции как канал информирования российской аудитории.
19. Общее и особенное в представлении информации центральных и местных СМИ.
20. Роль техники в развитии печати.
21. Роль экономики в возникновении и развитии периодической печати.
22. Роль культуры в развитии печати.
23. Коммерциализация газетно-журнальной индустрии: основные тенденции.
24. Информационная безопасность в Российской Федерации.
25. Система СМИ в России и ее особенности. Глобализация и СМИ.

26. Новые информационные технологии в деятельности СМИ.
27. Информационный повод для медиатекста.
28. Понятие формата текста.
29. Медиатекст в современной массовой коммуникации.
30. Типология медиатекстов.
31. Роль и функции социальной коммуникации
32. Эволюция теорий коммуникации.
33. Роль аудитории в процессе современного медиапроизводства.
34. Особенности коммуникативной среды в интернете.
35. Методика работы с источниками информации.
36. Методы сбора информации в сфере медиа.
37. Особенности медиатекста как особого вида информационного продукта.
38. Новые жанры массовой коммуникации.

#### 4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

##### 4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-7	способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1	Способен применять знания теории и практики массовой информации, теории журналистики и основ журналистской деятельности, на основе сформированного системного представления о сущности и системе СМИ, о роли массовой информации в системе социальных коммуникаций, способен определить характер социально значимых проблем, стоящих перед журналистикой, требования, которые предъявляются к анализу социально значимых проблем и процессов в СМИ.
ПКо-1	способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося	ПКо-1.1	Способен осуществлять авторскую деятельность, раскрывая роль информации и коммуникации в

	мирового и отечественного опыта		пространстве социального взаимодействия, функции СМИ в процессе формирования структуры современного общества и функционирования различных социальных институтов, учитывая специфику разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
--	---------------------------------	--	--

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ОПК-7.1. Способен применять знания теории и практики массовой информации, теории журналистики и основ журналистской деятельности, на основе сформированного системного представления о сущности и системе СМИ, о роли массовой информации в системе социальных коммуникаций, способен определить характер социально значимых проблем, стоящих перед журналистикой, требования, которые предъявляются к анализу социально значимых проблем и процессов в СМИ.	Демонстрирует навыки применения знаний в области теории и практики массовой информации, теории журналистики и основ журналистской деятельности при решении профессиональных задач, на основе системного представления о сущности и системе СМИ, на основе понимания роли массовой информации в системе социальных коммуникаций, определяет характер социально значимых проблем, стоящих перед журналистикой.	Успешно применены знания теории и практики массовой информации и коммуникации, теории журналистики и основ журналистской деятельности в решении профессиональных задач, понимает природу и специфику анализа социально значимых проблем и процессов в СМИ; обоснованность выводов и целей журналистской деятельности с точки зрения ее значимости и пользы для развития современного общества, самостоятельно на основе полученной информации определяет методологию исследовательского поиска и технологию реализации творческой идеи, проекта.
ПКо-1.1 Способен осуществлять авторскую деятельность, раскрывая роль информации и коммуникации в пространстве социального взаимодействия,	Демонстрирует знания в области теории и практики массовой информации и коммуникации, обосновано раскрывает роль	Полнота знания теории и практики массовой информации и коммуникации, аргументированность оценки роли информации и коммуникации в пространстве социального взаимодействия. Доказательно охарактеризованы

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
функции СМИ в процессе формирования структуры современного общества и функционирования различных социальных институтов, учитывая специфику разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	информации и коммуникации в пространстве социального взаимодействия, выделяет функции СМИ в процессе формирования структуры современного общества и функционирования различных социальных институтов, учитывает специфику разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.	функции СМИ в процессе формирования структуры современного общества и функционирования различных социальных институтов. Учет специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

#### 4.3.2. Типовые оценочные средства

##### Вопросы к экзамену

1. Понятие, виды информации.
2. Особенности и элементы массовой информации.
3. Основные подходы к исследованию массовой информации.
4. Профессиональная деятельность в области массовой информации.
5. Предпосылки развития массовой информации.
6. Пражурналистские явления и ранние этапы развития прессы.
7. Основные тенденции развития зарубежных СМИ.
8. Характеристика развития прессы в России в XIX-XX вв.
9. Особенности СМИ советского периода.
10. Четыре теории прессы.
11. Исторические типы журналистики и их современные разновидности.
12. Влияние процессов глобализации, монополизации, коммерциализации СМИ на формирование информационного рынка.

13. Информационное общество: понятие, концепции, влияние на характер протекания массово-информационных процессов.

14. Эпоха постмодерна; постиндустриальное общество; потребительское общество как характеристики различных аспектов постсовременного общества в СМИ XX-XXI вв.

15. Медиавоздействие: основные социальные проблемы.

16. СМИ, общество, власть: традиции и современные тенденции взаимодействия.

17. Роль СМИ в идеологических процессах государства и общества

18. Система СМИ: основные подсистемы.

19. Инфраструктура СМИ.

20. Информационные агентства: специфика, типы.

21. Средства массовой коммуникации (СМК). Особенности печатных, радио и электронных СМК.

22. Функции СМИ и их реализация современными медиа.

23. Типологические характеристики СМИ.

24. Факторы трансформации типологической структуры.

25. Аудитория СМИ как типоформирующий фактор.

26. Сегментирование аудитории и характер восприятия печатной, аудио-, видеоинформации.

27. Проблемы и перспективы развития современных СМИ: телевидение, радио, печать.

28. Интернет как информационная среда и как средство массовой информации.

29. Принципы размещения информации в Интернет СМИ.

30. Государственная политика в области СМИ.

31. PR и реклама в структуре СМИ.

32. Журналистика как профессиональная деятельность в сфере массовой информации.

33. Функции СМИ и функции журналистики.

34. Трансформация представлений о функциях СМИ в теории отечественной журналистике.

35. Понятия "средства массовой информации", "средства массовой коммуникации", "массовая информация", "массовая аудитория".

36. Роль и функции традиционных и новых форм коммуникации в современном мире.



37. Изменение роли аудитории СМИ и СМК в условиях развития информационного общества.

38. Роль СМИ и СМК в формировании информационной картины мира у современной аудитории.

39. Коммуникативные барьеры между СМИ и аудиторией: причины и следствия.

40. Приемы манипулятивного воздействия СМИ на аудиторию.

### Типовые практические задания

**Задание 1.** На основе анализа конкретного журналистского текста представить его комплексную типологическую характеристику.

**Задание 2.** Определить жанр журналистского аналитического текста и аргументировать свой ответ.

### Шкала оценивания

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы.

Максимальное количество баллов, которое может быть получено студентом по дисциплине –100.

30 баллов из 100 – вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации;

Баллы за ответ студента на устном экзамене начисляются в соответствии со следующими критериями:

Баллы	Критерии оценки
24-30	Студент показал достаточно глубокие знания теоретического материала по теме, умение связать теоретические знания с практикой, выстроил четкую и аргументированную позицию. Владеет знаниями и умениями по дисциплине в полном объеме.
15-23	Студент изложил теоретический материал без существенных неточностей, однако были затруднения с приведением примеров. Ответ недостаточно четкий. Студент владеет основными знаниями и умениями по дисциплине.
5-14	Показаны знания только базовых категорий, в ответе допускаются неточности, ответ недостаточно аргументирован, недостаточно хорошо показана связь теоретического материала с практикой
0-4	Студент не отвечает на поставленный вопрос, либо допускает грубые ошибки в ответе, затрудняется с приведением примером.

70 баллов из 100 студент может набрать по результатам текущего контроля успеваемости:

Выполнение всех заданий текущего контроля является обязательным для всех обучающихся.

Шкала перевода из многобалльной системы в традиционную и систему ECTS на экзамене:

- обучающемуся выставляется оценка «неудовлетворительно» если обучающийся набрал менее 50 баллов,
- оценка «удовлетворительно» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 65 баллов (оценка по системе ECTS – «E»);
- оценка «хорошо» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 66 до 69 баллов (оценка по системе ECTS – «D»);
- оценка «хорошо» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 70 до 75 баллов (оценка по системе ECTS – «C»);
- оценка «отлично» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 76 до 89 баллов (оценка по системе ECTS – «B»);
- оценка «отлично» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 90 до 100 баллов (оценка по системе ECTS – «A»);

100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся в дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

#### **4.4. Методические материалы**

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

### **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

#### **Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающегося.**

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающихся во всех формах учебных занятий, определенных для данной дисциплины.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает изучение в соответствии с данными методическими рекомендациями учебных материалов, интернет-ресурсов; выполнение домашних контрольных заданий, подготовка реферата, по одной из тем курса, подготовка доклада в форме устного сообщения по теме реферата, подготовку к опросам по темам дисциплины.

Для успешного усвоения данной дисциплины обучающийся должен:

- Прислушаться курс лекций по данной дисциплине

- Выполнить все задания, рассматриваемые на практических занятиях
- Выполнить все домашние задания, получаемые от преподавателя
- Подготовить реферат с последующей защитой в форме доклада

Для самостоятельной подготовки к занятиям студентам предлагается изучить следующие темы и подготовить по одной из них реферат:

1. Информация как социальный и экономический ресурс.
2. Социальные проблемы и средства массовой коммуникации.
3. Феномен внушения в постсоветских СМИ.
4. Модели взаимоотношений прессы и государства в современной России.
5. Общественно-политическая пресса. Новые секторы российского информационного поля.
6. Проблема эффективного взаимодействия текста с аудиторией: информационная насыщенность, информативность, информированность.
7. Принципы создания эффективных текстов в Интернет-журналистике.
8. Место телевидения в информировании о событиях международного уровня.
9. Центральные и местные теленовости: события без героев.
10. Типологические признаки современного радиовещания.
11. Правовое регулирование электронных СМИ в России.
12. Специфика распространения информации по немедийным каналам.
13. Проблемы аргументации в современном журналистском тексте.
14. Особенности современного газетного стиля.
15. Творческие факторы эффективности СМИ.
16. Проблемы развития гражданского общества в публикациях российских СМИ.
17. Социальные эффекты массовой коммуникации.
18. Зарубежные издания и телерадиостанции как канал информирования российской аудитории.
19. Общее и особенное в представлении информации центральных и местных СМИ.
20. Роль техники в развитии печати.
21. Роль экономики в возникновении и развитии периодической печати.
22. Роль культуры в развитии печати.
23. Коммерциализация газетно-журнальной индустрии: основные тенденции.
24. Информационная безопасность в Российской Федерации.
25. Система СМИ в России и ее особенности. Глобализация и СМИ.
26. Новые информационные технологии в деятельности СМИ.
27. Информационный повод для медиатекста.
28. Понятие формата текста.
29. Медиатекст в современной массовой коммуникации.
30. Типология медиатекстов.
31. Роль и функции социальной коммуникации
32. Эволюция теорий коммуникации.
33. Роль аудитории в процессе современного медиапроизводства.
34. Особенности коммуникативной среды в интернете.
35. Методика работы с источниками информации.
36. Методы сбора информации в сфере медиа.
37. Особенности медиатекста как особого вида информационного продукта.
38. Новые жанры массовой коммуникации.

### **Методические рекомендации по написанию реферата:**

Реферат является самостоятельной практической работой обучающихся. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины.

Текст работы должен быть написан в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.

Работа выполняется в формате А4. Шрифт – TimesNewRoman. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения форматируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы. Подразделы глав с новой страницы не начинаются.

Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.

Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения. Объем реферата 7-15 стр.

### **Методические рекомендации по освоению лекционных занятий**

Лекция является для обучающегося важной формой теоретического освоения конкретной темы или вопроса дисциплины. На лекциях обучающиеся получают информацию по дисциплине, помогающую студенту сориентироваться в массе информации для самостоятельного более глубокого освоения темы.

Работа на лекции является очень важным видом студенческой деятельности для изучения дисциплины. Умение студента сосредоточенно слушать лекции, активно, творчески воспринимать излагаемые сведения является непременным условием их глубокого и прочного усвоения общекультурных и профессиональных компетенций, на которые нацелена дисциплина.

Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Это должно быть сделано самим студентом. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями: "важно", "особенно важно", "хорошо запомнить" и т.п. или подчеркивать красной ручкой. Целесообразно разработать собственную символику, сокращения слов, что позволит сконцентрировать внимание студента на важных сведениях.

Прослушивание и запись лекции можно производить при помощи современных устройств (диктофон, ноутбук, смартфон и т.п.).

Для удобства восприятия теоретического материала каждая лекция сопровождается электронной презентацией.

Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор, в том числе нормативно-правовые акты соответствующей направленности. Именно такая серьезная работа на

лекциях и с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями и сформировать профессиональные компетенции.

При проработке лекционного материала следует иметь в виду, что в лекциях раскрываются наиболее значимые положения и идеи дисциплины, комплексное формирование необходимых компетенций происходит в ходе практических занятий и самостоятельной работы над учебным материалом.

#### **Методические указания по подготовке к практическим занятиям по дисциплине**

Для успешного усвоения дисциплины обучающийся должен систематически готовиться к семинарским занятиям. Для этого необходимо:

1. Познакомиться с планом занятия.
2. Подготовиться к обсуждению вопросов для дискуссии.
3. Систематически выполнять задания преподавателя, предлагаемые для выполнения.

В ходе семинарских занятий студенты под руководством преподавателя могут рассмотреть различные точки зрения специалистов по обсуждаемым проблемам. На семинарских занятиях по дисциплине могут использоваться следующие формы работы обучающихся:

- выполнение практических заданий в подгруппах
- групповое обсуждение той или иной проблемы под руководством и контролем преподавателя;
- выполнение заданий.

#### **Методические указания по подготовке к опросу**

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

#### **Методические указания по подготовке к тестированию**

При подготовке к тестированию следует учитывать, что тест проверяет не только знание понятий, категорий, событий, явлений, умения выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы разных явлений и процессов. Поэтому при подготовке к тесту не следует просто заучивать материал, необходимо понять его логику. Подготовке способствует составление развернутого плана, таблиц, схем. Большую помощь оказывают интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля.

Тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест. Можно дать следующие методические рекомендации: следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся; отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений; очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам».

#### **Методические указания по подготовке задания**

Задания по дисциплине представляют практические задания, которые выполняются студентом самостоятельно и представляются преподавателю в письменном или устном виде. При выполнении задания необходимо повторить материал лекционных и практических занятий, использовать материалы учебной литературы и ресурсы информационно-коммуникативной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **6.1. Основная литература**

1. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации: учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : КНОРУС, 2014. — 464 с.
2. Варганова Е. Л. Основы журналистики. Курс лекций. — Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова Москва, 2012. — С. 182.
3. Бобров, А. А. Основы журналистской деятельности: учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Бобров. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 343 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-01162-3. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/F81D042B-9C12-4364-8C9A-BF4EDD68EC87](http://www.biblio-online.ru/book/F81D042B-9C12-4364-8C9A-BF4EDD68EC87) - ЭБС «Юрайт».
4. Шарков Ф.И., Силкин В.В. Коммуникология: теория и практика массовой информации. М.: ИТК "Дашков и К", 2017. — 160 с.
5. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: теория и практика: учебник / РАНХиГС при Президенте РФ. - М.: Дело, 2014. - 534 с.
6. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: теория и практика: учебник / РАНХиГС при Президенте РФ. - М.: Дело, 2014. - 534 с.

### **6.2. Дополнительная литература**

1. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. Учеб. пособие. Гриф УМО. Аспект-Пресс. 2015. - 328 с.
2. Жирков Г.В., Корконосенко С.Г., Бодрунова С.С., Сидоров В.А., Корконосенко С.Г. Журналистика. Общество. Ценности. Санкт-Петербург: Петрополис, 2012. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20315.html> – ЭБС ««IPRbooks»».
3. Корконосенко С. Г., Кудрявцева М. Е., Слуцкий П. А. Коммуникационная свобода личности: субъекты и гарантии / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 2012
4. Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика / под ред. Л.Н. Тимофеевой. М.: Российская ассоциация политической науки (РАПН); Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. - 327с.
5. Коханова Л.А., Калмыков А.А. Основы теории журналистики Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика». - М., ЮНИТИ-ДАНА. 2012 Режим доступа: / <http://www.iprbookshop.ru/34491.html> - ЭБС ««IPRbooks»».
6. Основы журналистики / С. Г. Корконосенко [и др.] ; под редакцией С. Г. Корконосенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. — 332 с.
7. Тертычный А.А. Жанры периодической печати, Учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2000 - 310 с.

### **6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

1. Модель позиционного обучения студентов [Электронный ресурс]: теоретические основы и методические рекомендации/ И.Б. Шиян [и др.]. – Электрон. текстовые данные. – М.: Московский городской педагогический университет, 2012. – 152 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/27375.html>. – ЭБС «IPRbooks»
2. Образовательные инновации и практики карьеры : сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. — М.: Дело, 2015. – 192 с.

### **6.4. Нормативные правовые документы**

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрании законодательства РФ. - 2014. - № 31. - ст. 4398.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2016) // Собрание законодательства РФ. – 1998. - № 31. - ст. 3823.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.10.2016) // Собрание законодательства РФ. – 1996. - № 5. - ст. 410.
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 06.07.2016, с изм. от 17.11.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 03.10.2016) // Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 1 (ч. 1). - ст. 1.
5. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 06.07.2016) // Собрание законодательства РФ. – 1996. - № 25. - ст. 2954.
6. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 03.07.2016) «О средствах массовой информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016) // Ведомости СНД и ВС РФ. – 1992. - № 7. - ст. 300.
7. Федеральный закон от 13.01.1995 № 7-ФЗ (ред. от 12.03.2014) «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» // Собрание законодательства РФ. – 1995. - № 3. - ст. 170.
8. Закон РФ от 21.07.1993 № 5485-1 (ред. от 08.03.2015) «О государственной тайне» // Собрание законодательства РФ. - 1997. - № 41. - стр. 8220-8235.
9. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание законодательства РФ. – 2006. - № 31 (1 ч.). - ст. 3448.
10. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015, с изм. от 03.07.2016) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015) // Собрание законодательства РФ. – 2006. - № 12. - ст. 1232.
11. Федеральный закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «О связи» // Собрание законодательства РФ. - 2003. - № 28. - ст. 2895.
12. Федеральный закон от 29.07.2004 № 98-ФЗ (ред. от 12.03.2014) «О коммерческой тайне» // Собрание законодательства РФ. – 2004. - № 32. - ст. 3283.
13. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О персональных данных» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2015) // Собрание законодательства РФ. – 2006. - № 31 (1 ч.). - ст. 3451.
14. Федеральный закон от 11.07.2001 № 95-ФЗ (ред. от 09.03.2016) «О политических партиях» (с изм. и доп., вступ. в силу с 13.03.2016) // Собрание законодательства РФ. – 2001. - № 29. - ст. 2950.

15. Федеральный закон от 19.05.1995 № 82-ФЗ (ред. от 02.06.2016) «Об общественных объединениях» // Собрание законодательства РФ. – 1995. - № 21. - ст. 1930.
16. Федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ (ред. от 05.04.2016) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»// Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 24. - ст. 2253.
17. Федеральный конституционный закон от 30.05.2001 № 3-ФКЗ (ред. от 03.07.2016) «О чрезвычайном положении» // Собрание законодательства РФ. – 2001. - № 23. - ст. 2277.
18. Федеральный конституционный закон от 30.01.2002 № 1-ФКЗ (ред. от 12.03.2014) «О военном положении» // Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 5. - ст. 375.
19. Федеральный закон от 21.12.1994 № 68-ФЗ (ред. от 23.06.2016) «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера»// Собрание законодательства РФ. – 1994. - № 35. - ст. 3648.
20. Федеральный закон от 06.03.2006 № 35-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «О противодействии терроризму»// Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 11. - ст. 1146.
21. Федеральный закон от 25.07.2002 № 114-ФЗ (ред. от 23.11.2015) «О противодействии экстремистской деятельности»// Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 30. - ст. 3031.
22. Федеральный закон от 04.04.2005 № 32-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «Об Общественной палате Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2005. - № 15. - ст. 1277.
23. Федеральный закон от 24.07.1998 № 124-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 1998. – № 31. - ст. 3802.
24. Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О стратегическом планировании в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2014. - № 26 (часть I). - ст. 3378.
25. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации (утв. Президентом РФ от 9 сентября 2000 г. № Пр-1895) //Российская газета. - 2000. - № 187.
26. Основы государственной политики Российской Федерации в области международной информационной безопасности на период до 2020 года (утв. Президентом РФ 24 июля 2013 г., № Пр-1753). Доступ к URL: <http://base.garant.ru/182535/>
27. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации (утв. Президентом РФ 7 февраля 2008 г. № Пр-212) // Российская газета. - 2008. - № 34.
28. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 313 (ред. от 21.10.2016) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011 - 2020 годы)»» // Собрание законодательства РФ. – 2014. - № 18 (часть II). - ст. 2159.

#### **6.5. Интернет-ресурсы, справочные системы**

1. Центральная библиотека образовательных ресурсов. Режим доступа: <http://www.edulib.ru/>
2. Сводный каталог электронных библиотек. Режим доступа: <http://www.lib.msu.ru/journal/Unilib/main.htm>
3. Базы данных ИНИОН. Режим доступа: <http://www.inion.ru/product/db.htm>
4. Библиотека образовательного портала «Экономика, социология, менеджмент». Режим доступа: <http://ecsocman.edu.ru/>
5. Библиотека федерального портала «Российское образование». Режим доступа: <http://www.edu.ru/>



6. Библиотека учебной и научной литературы русского гуманитарного интернет университета. Режим доступа: <http://www.i-u.ru/biblio/default.aspx>
7. Экономический и социальный совет ООН (Язык сайта – английский). Режим доступа: <http://www.un.org/en/development/index.shtml>; Режим доступа: <http://www.un.org/en/ecosoc/>
8. библиотека по журналистике (история журналистики, теория и практика, реклама, маркетинг, PR, право, логика, риторика, справочники и словари). Режим доступа: <http://www.eartist.narod.ru/>
9. Медиакратия: информационно-образовательный портал для медиасообщества. Режим доступа: <http://www.mediacraticia.ru/>

## **7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 LTSB 1607; Microsoft Office Professional 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: [www.nns.ru](http://www.nns.ru); Российская государственная библиотека. URL: [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru); Российская национальная библиотека. URL: [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru); Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮПАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.