

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»  
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО  
Руководитель ОПОП

Т.А. Тризно

« 23 » мая 2021 г

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующая кафедрой МП

Т.В. Говердовская

« 06 » июня 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Составитель(-и)

**Тризно Т.А., к. полит. н.,**

Направление подготовки /  
специальность

**42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С  
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направленность (профиль) ОПОП

Квалификация (степень)

**бакалавр**

Форма обучения

**заочная**

Год приема

**2022**

Курс

**1, 2**

Семестры

**3,4**

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**1.1. Целями освоения дисциплины «Теория и практика массовой информации» являются:**

1. получение студентами современных базовых знаний по теории и практике массовой информации;
2. изучение места и роли дисциплины в жизни современного общества; изучение системных характеристик современных российских СМИ;
3. изучение роли и места массовой информации, СМИ в системе современной коммуникации, и, прежде всего, в практике связей с общественностью

**1.2. Задачи освоения дисциплины «Теория и практика массовой информации»:**

1. расширение представления студентов об информационных источниках, процедуре и методике сбора информации;
2. изучение важнейших закономерностей функционирования системы СМИ как социального института;
3. демонстрация эволюции концепций, приемов и методов журналистики;
4. развитие навыков творческого поиска и использования информации.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

**2.1. Учебная дисциплина «Теория и практика массовой информации»** относится к базовой части цикла ОПОП. *[обязательной части / части, формируемой участниками образовательных отношений]* и осваивается в \_\_\_\_ семестре(ах).

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» необходима для формирования способности развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования. *Дисциплина (модуль) встраивается в структуру ОПОП ВО (последовательность в учебном плане) как с точки зрения преемственности содержания, так и с точки зрения непрерывности процесса формирования компетенций выпускника.*

**2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы следующие знания, умения, навыки, формируемые предшествующими учебными дисциплинами (модулями):**

- Основы интегрированных коммуникаций

**Знания:**

- основные положения теории и практики массовой информации;
- социально-политические, информационные и материально-технические предпосылки возникновения, развития и совершенствования журналистики;
- структуру и типологические характеристики современных отечественных СМИ

**Умения:**

- применять в практической деятельности приемы журналистского творчества;
- осуществлять постоянное взаимодействие и поддерживать контакты с представителями СМИ, знакомить их с официальными решениями и приказами руководства организации;
- следить за своевременным распространением информационного материала о деятельности организации, выполнять аналитические работы по подготовке концепций и планов реализации коммуникационных программ

**Навыки:**

- навыками работы с рекламными и PR-текстами, способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена.

**2.3. Последующие учебные дисциплины (модули) и (или) практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной учебной дисциплиной (модулем):**

- «Пресс-служба»,
- «Социология массовой коммуникации»;
- «Основы медиапланирования».

### 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

а) универсальных (УК):

**УК-4** Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах).

б) общепрофессиональных (ПК):

**ОПК-1** Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

**Таблица 1 – Декомпозиция результатов обучения**

| Код компетенции                                                                                                                                                                                 | Планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                 | Знать                                                                                                                                                                                                                                        | Уметь                                                                                                                                                                                                          | Владеть                                                                                                                                                                                                |
| УК-4<br>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах)                                      | ИУК-4.1.1<br>Принципы и нормы коммуникативной деятельности, характеристики коммуникативной личности, основы кросскультурной коммуникации, семантико-смысловое обеспечение коммуникативных отношений.                                         | ИУК-4.2.1<br>находить и использовать необходимую информацию в исследуемой области из различных ресурсов.                                                                                                       | ИУК-4.3.1<br>Опыт конструирования проектов в плане формирования корпоративной культуры и имиджа компании, оптимизации внутренних и внешних коммуникаций фирмы, работы с внешними целевыми аудиториями. |
| ОПК-1<br>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, | ИОПК-1.1.1<br>структуру, виды, средства, формы и методы массовых коммуникаций в рыночной среде;<br>ИОПК-1.1.2<br>технологии организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы и организации на внутреннем и на | ИОПК-1.2.1<br>выполнять анализ при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ;<br>ИОПК-1.2.2<br>ориентироваться в сложностях организации и оперативном | ИОПК-1.3.1<br>использования традиционных и современных технологий профессиональной деятельности в области массовых коммуникаций                                                                        |

|                                    |                        |                                                                                                      |  |
|------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| особенностями иных знаковых систем | международном уровнях. | планировании своей деятельности и деятельности фирмы и организации при выходе на международные рынки |  |
|------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Объем дисциплины «Теория и практика массовой информации» составляет 3, 3 зачетных единиц во 2 и 3 семестре соответственно

**Таблица 2 – Структура и содержание дисциплины (модуля)**

| Раздел, тема дисциплины (модуля)                                                                                      | Семестр | Контактная работа (в часах) |    |    | Самостоят. Работа |    | Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)<br>Форма промежуточной аттестации (по семестрам) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------------------|----|----|-------------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                       |         | Л                           | ПЗ | ЛР | КР                | СР |                                                                                                             |
| <b>Тема 1.</b> Теория и практика массовой информации: предмет, цель, задачи курса                                     | 2       | 2                           | 3  |    |                   | 17 | Реферат                                                                                                     |
| <b>Тема 2.</b> Массовая информация – центральная категория учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации» | 2       | 2                           | 3  |    |                   | 17 | Кейс-стади                                                                                                  |
| <b>Тема 3.</b> Информационно-аналитическая работа: Методика и содержание                                              | 3       | 2                           |    |    |                   | 17 | Реферат                                                                                                     |
| <b>Тема 4.</b> Реформы общества как предпосылки рождения прессы.                                                      | 3       | 2                           | 2  |    |                   | 17 | Контрольная работа                                                                                          |
| <b>Тема 5.</b> Возникновение и развитие западной прессы.                                                              | 3       |                             | 2  |    |                   | 17 | Ситуационное задание                                                                                        |
| <b>Тема 6.</b> Возникновение и развитие массовой прессы в России.                                                     | 4       | 2                           |    |    |                   | 17 | Практическое задание                                                                                        |

|                                                                                  |            |           |           |  |           |            |                         |
|----------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|--|-----------|------------|-------------------------|
| <b>Тема 7.</b> Основные тенденции в развитии журналистики в XXI веке.            | 4          | 2         | 2         |  |           | 17         | Кейс-стади              |
| <b>Тема 8.</b> Основные этапы развития отечественной прессы.                     | 4          |           | 2         |  |           | 17         | Практическое задание    |
| <b>Тема 9.</b> Массовая информация, и ее роль в современном мире, обществе       | 4          |           | 2         |  |           | 17         | Кейс-стади              |
| <b>Тема 10.</b> Система средств массовой информации: печать, радио, телевидение. | 4          |           | 2         |  |           | 15         | Тест                    |
| <b>ИТОГО 216</b>                                                                 | <b>3,4</b> | <b>12</b> | <b>18</b> |  | <b>18</b> | <b>168</b> | <b>ЭКЗАМЕН, ЭКЗАМЕН</b> |

**Таблица 3 – Матрица соотнесения разделов, тем учебной дисциплины (модуля) и формируемых компетенций**

| Темы, разделы дисциплины                                                                                              | Кол-во часов | 1    | 2     | общее количество компетенций |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------|-------|------------------------------|
| <b>Тема 1.</b> Теория и практика массовой информации: предмет, цель, задачи курса                                     | 22           | УК-4 | ОПК-1 | 2                            |
| <b>Тема 2.</b> Массовая информация – центральная категория учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации» | 22           | УК-4 | ОПК-1 | 2                            |
| <b>Тема 3.</b> Информационно-аналитическая работа: Методика и содержание                                              | 19           | УК-4 | ОПК-1 | 2                            |
| <b>Тема 4.</b> Реформы общества как предпосылки рождения прессы.                                                      | 21           | УК-4 | ОПК-1 | 2                            |
| <b>Тема 5.</b> Возникновение и развитие западной прессы.                                                              | 19           | УК-4 | ОПК-1 | 2                            |
| <b>Тема 6.</b> Возникновение и развитие массовой прессы в России.                                                     | 19           | УК-4 | ОПК-1 | 2                            |
| <b>Тема 7.</b> Основные тенденции в развитии журналистики в XXI веке.                                                 | 21           | УК-4 | ОПК-1 | 2                            |
| <b>Тема 8.</b> Основные этапы развития отечественной                                                                  | 19           | УК-4 | ОПК-1 | 2                            |

|                                                                                  |            |      |       |   |
|----------------------------------------------------------------------------------|------------|------|-------|---|
| прессы.                                                                          |            |      |       |   |
| <b>Тема 9.</b> Массовая информация, и ее роль в современном мире, обществе       | 19         | УК-4 | ОПК-1 | 2 |
| <b>Тема 10.</b> Система средств массовой информации: печать, радио, телевидение. | 17         | УК-4 | ОПК-1 | 2 |
| <b>Итого</b>                                                                     | <b>216</b> |      |       |   |

### **Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)**

**Тема 1. Теория и практика массовой информации: предмет, цель, задачи курса**  
Система СМИ и ее среда. Целостность системы СМИ.

Дифференциация и интеграция СМИ и системные факторы, воздействующие на эти процессы.

Основные подсистемы в СМИ: техническая, экономическая, редакционная, информационная, аудиторная; их характеристика. Функции и структура системы СМИ и характер их взаимодействия. Организация СМИ как организованность системы и как организационный процесс

### **Тема 2. Массовая информация, и ее роль в современном мире**

Массовая информация, как важная категория учебной дисциплины «Теория и практика СМИ», журналистики.

Журналистика как социальный институт, как область массово-информационной деятельности. Массовая информация и массовая коммуникация. Роль журналистики в обществе и социальном управлении. Социальные роли и функции журналистики. СМИ как канал распространения массовой информации.

Журналистика как область общеполитической деятельности. Основные направления освещения в СМИ политической сферы российского общества. Роль СМИ в становлении и развитии демократии в России. Взаимодействие властных структур федерального, регионального, местного уровней со СМИ. Регулирующая роль СМИ в политической сфере общества. Проблема независимых СМИ. Теория свободы прессы и социальной ответственности.

«Доктрина информационной безопасности Российской Федерации». Информационная безопасность сферы СМИ. Информационная политика. Содержание, направления и формы реализации информационной политики отдельного СМИ.

Основные термины: информационная политика, социальные роли, функции журналистики.

### **Тема 3. Информационно-аналитическая работа: методика и содержание**

Работа с источниками информации. Источники справочной информации. Базы данных, электронные библиотеки, энциклопедии, биографии известных людей. Способы получения информации.

Основные стили речи: художественный, публицистический, научный, официально-деловой. Определение жанра. Принципы жанровой классификации PR-текстов. Сущностные характеристики PR-текстов. Функции PR-текста. Классификация PR-текстов.

### **Тема 4. Реформы общества как предпосылки зарождения прессы**

Процесс становления массовой прессы. Рабочая тема на страницах газет и журналов. Дальнейший рост прессы, возникновение новых изданий в связи с расширением читательской аудитории. Возникновение телеграфных агентств во Франции. Германии. Великобритании, США и России. Дифференциация общеполитической прессы в связи с новыми условиями партийной деятельности. Возрастающая роль печати в ходе революционных событий 1905-1907 гг. «Манифест 17 октября» и демократические свободы в российском обществе. «Большая» и «малая» пресса о путях развития страны.

Создание первой ежедневной легальной массовой рабочей газеты «Правда».

Отношение правительства к деятельности газеты. «Правда» в 1912-1914 гг. Русская пресса в годы Первой мировой войны. Цензура. Либеральная, военная, официальная печать и печать политических партий. Оценка прессой войны, ее характера и последствий. Положение в стране и в прессе после февраля 1917 г. Закон о печати, принятый Временным правительством.

#### **Тема 5. Возникновение и развитие западной прессы.**

Журналистика в XVII – XVIII вв. в Западной Европе и Америке. Политическая публицистика и ее роль в общественной жизни. Появление ежедневной газеты. Борьба за свободу печати. Первая концепция печати.

Развитие средств информации в странах Западной Европы и США в XIX в. Совершенствование техники газетного дела. Становление системы периодической печати. Развитие ежедневной прессы. Качественная и массовая пресса. Особенности технологического развития СМИ. Новые возможности радиовещания. Становление телевидения как нового канала массовой информации. Структурные изменения в развитии СМИ различных стран Европы. Новые технологии и печать.

#### **Тема 6. Возникновение и развитие массовой прессы в России.**

Возникновение газет и журналов. Процесс развития массовой прессы. Ежедневная политическая газета, ее роль в системе массовой коммуникации, особенности издания. Отдел информации газеты. Первая печатная газета в России "Ведомости", характеристика ее информационной практики. Государственные и частные органы массовой информации. Опыт общественно-политической прессы в борьбе за демократию и прогрессивное развитие страны. Состояние и основные тенденции развития прессы Российской империи в конце XIX - начале XX вв. Газетная и журнальная периодика. Количественные и качественные характеристики прессы. Социальный статус журналистов и издателей и положение печати. Содержание законодательных актов и опыт государственного регулирования деятельности прессы и информационных служб. Исследователи и политические деятели о сравнении отечественной прессы с западной.

#### **Тема 7. Основные тенденции в развитии журналистики в XX веке.**

Основные тенденции в развитии журналистики в XX веке. Ее этапы. Развитие отечественной журналистики в период самодержавия. Российская пресса в период от февраля по октябрь 1917 года. Советский период развития отечественных СМИ. Состояние массовой информации и журналистики в России 90-х годов XX века.

Факторы, обусловившие коренные изменения содержания массовой информации и типологии СМИ. Демократизация общества, возрождение в стране многопартийной печати, распад административно-командной системы управления СМИ, свобода печати и слова. Концепция нового политического мышления, и ее воздействие на прессу, радио и телевидение. Законы СССР и Российской Федерации о средствах массовой информации. Ведущие темы прессы Российской Федерации в период перестройки.

Изменения содержания массовой информации и системных характеристик СМИ в условиях реформирования российского общества. Периодическая печать, телевидение, радиовещание Российской Федерации в конце XX века.

СМИ и идеи рыночного хозяйства в России. Новые периодические издания, радиостанции и телеканалы на информационном рынке страны. Процесс перепрофилирования российской прессы с 1991 г.

Практика взаимодействия средств массовой информации и властных структур.

Предпринимательская, официальная и партийная печать.

Техническое перевооружение средств массовой информации. Интернет, особенности его информационной деятельности.

Основные термины: брошюра, «желтая пресса», «качественная пресса», олигархическая модель СМИ, отраслевая пресса, полиграфия, публикация.

#### **Тема 8. Основные этапы развития отечественной прессы.**

Российская и зарубежная журналистика начала XX века. Российская пресса в годы

Первой мировой войны.

Консервативная, либерально-демократическая и революционно-демократическая печать России в начале XX века.

Отечественная журналистика в период с февраля по октябрь 1917 г.

Особенности развития массовой информации, функционирования СМИ в советский период. Социалистическая модель журналистики.

Становление новых СМИ – радио и телевидения.

Этапы развития отечественной журналистики в XX веке. Типологическая характеристика СМИ современной Российской Федерации.

#### **Тема 9. Массовая информация, и ее роль в современном мире, обществе**

Массовая информация, как важнейшая категория учебной дисциплины «Теория и практика СМИ», журналистики.

Журналистика как социальный институт, как область массово-информационной деятельности. Массовая информация и массовая коммуникация. Роль журналистики в обществе и социальном управлении. Социальные роли и функции журналистики. СМИ как канал распространения массовой информации.

Журналистика как область общеполитической деятельности. Основные направления освещения в СМИ политической сферы российского общества. Роль СМИ в становлении и развитии демократии в России. Взаимодействие властных структур федерального, регионального, местного уровней со СМИ. Регулирующая роль СМИ в политической сфере общества. Проблема независимых СМИ. Теория свободы прессы и социальной ответственности.

«Доктрина информационной безопасности Российской Федерации». Информационная безопасность сферы СМИ. Информационная политика. Содержание, направления и формы реализации информационной политики отдельного СМИ.

Основные термины: информационная политика, социальные роли, функции журналистики.

#### **Тема 10. Система средств массовой информации: печать, радио, телевидение**

Современные СМИ России. Законодательное обеспечение свободы слова и информации в постсоветский период. Массовая информация и ее роль в современном мире. Средства массовой коммуникации: печать, радио и телевидение. Организация работы редакции; журналистский корпус. Источники информации, информационные агентства, агентства в сфере общественных связей, корреспондентская сеть, Интернет, редакционные базы данных.

Основные тенденции формирования и функционирования рынка прессы, радиовещания и телевидения накануне 300-летия возникновения российской печати. Столичная и общенациональная пресса. Периферийная пресса, ТВ и радио.

Закон "О свободе совести и религиозных организациях" и формирование института религиозной прессы. Средства массовой информации и проблемы мирового сообщества. Освещение международной жизни в СМИ. Роль телеграфных агентств в современных информационных потоках. Глобализация информационных процессов. Понятие информационного общества. Российские СМИ в Интернете. Проблемы реформирования экономической и общественной жизни и Интернет.

### **5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

#### **5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)**

При реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие образовательные технологии и методы: социологический, коммуникативный метод, контент-анализ, социолингвистический подход, метод наблюдения, метод социометрии: анкетирование, составление шкалы приоритетов, написание эссе и сценариев, решение

конкретных кейсов, проведение экскурсии и встречи с ПР-специалистами и экспертами, компьютерные презентации, работа с документами, коллоквиум, ролевые и деловые игры.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они составляют не менее 20% аудиторных занятий. Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не могут составлять более 40 % аудиторных занятий.

## 5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Приступая к изучению дисциплины, необходимо в первую очередь ознакомиться содержанием РПД для студентов заочной формы обучения.

При изучении и проработке теоретического материала для студентов обучения необходимо:

- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД литературные источники.
- при подготовке к промежуточной аттестации, использовать материалы ФОС

При подготовке к практическому занятию для студентов очной формы обучения необходимо:

- изучить, повторить теоретический материал по заданной теме;
- при выполнении домашних заданий, изучить, повторить типовые задания, выполняемые в аудитории.

Самостоятельная работа как вид деятельности студента многогранна. В качестве форм СР при изучении дисциплины предлагаются:

- работа с научной и учебной литературой;
- более глубокое изучение с вопросами, изучаемыми на практических занятиях;
- подготовка к тестированию и зачету;

Задачи самостоятельной работы:

- обретение навыков самостоятельной работы на основании анализа текстов литературных источников и применения различных методов исследования;
- выработка умения самостоятельно и критически подходить к изучаемому материалу.

Технология СР должна обеспечивать овладение знаниями, закрепление и систематизацию знаний, формирование умений и навыков. Апробированная технология характеризуется алгоритмом, который включает следующие логически связанные действия студента:

- чтение текста (учебника, пособия, конспекта лекций);
- конспектирование текста;
- решение задач и упражнений;
- подготовка к деловым играм;
- ответы на контрольные вопросы;
- составление планов и тезисов ответа.

**Таблица 4 – Содержание самостоятельной работы обучающихся**

| Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Кол-во часов | Формы работы   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----------------|
| <p><i>Тема 3</i></p> <p>1. Охарактеризуйте понятие "функции" и систему функций журналистики</p> <p>2. Функции журналистики и общественное мнение.</p> <p>3. Кто осуществляет функции организации и регулирования СМИ?</p> <p>4. Опишите функциональные особенности современного политического процесса и возможные роли СМИ: СМИ - посредник; СМИ – партнер -власти; СМИ –</p> | 17           | <i>реферат</i> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |    |                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----------------|
| общественный контролер.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |    |                |
| <p><i>Тема 4</i></p> <p>1. Процессы становления открытого общества и их воздействие на систему СМИ. Формирование институтов гражданского общества и характер их воздействия на структуру СМИ.</p> <p>2. Информационный рынок как фактор трансформации системы СМИ.</p> <p>3. Составление совместного заключения – «Перспективы развития российской медиасистемы во втором десятилетии XXI века».</p>                                                                                                                                       | 17 | <i>реферат</i> |
| <p><i>Тема 5</i></p> <p>1. Российская пресса в годы Первой мировой войны.</p> <p>2. Консервативная, либерально-демократическая и революционно-демократическая печать России в начале XX века.</p> <p>3. Отечественная журналистика в период с февраля по октябрь 1917 г.</p> <p>4. Особенности развития массовой информации, функционирования СМИ в советский период. Социалистическая модель журналистики.</p> <p>5. Типологическая характеристика СМИ современной Российской Федерации.</p>                                              | 17 | <i>реферат</i> |
| <p><i>Тема 6</i></p> <p>1. Возникновение и развитие СМИ в Западной Европе. Предшественники газет в Средние века. Исторические «хроники» и первые издания годичной и полугодичной периодичности. Элементы публицистики в риторике, поэзии и прозе. «Листки новостей». Появление специальных служб по сбору и распространению информации.</p> <p>2. Особенности возникновения американской периодической печати.</p> <p>3. Первые американские ежедневные газеты.</p> <p>4. Репортер как центральная фигура в американской журналистике.</p> | 17 | <i>реферат</i> |
| <p><i>Тема 7</i></p> <p>1. Сопоставьте три издания (например, молодежной или деловой прессы) - газету, журнал, еженедельник. В чем особенности типологической модели каждого из них?</p> <p>2. Определите задачи качественной и массовой печати.</p> <p>3. Определите, как различаются по задачам газета и еженедельник.</p>                                                                                                                                                                                                               | 17 | <i>реферат</i> |
| <p><i>Тема 8</i></p> <p>1. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ. Тип издания, телерадиопрограммы как модель, характерная для определенной группы СМИ. Типоформирующие факторы СМИ.</p> <p>2. Эволюция типологической модели СМИ в процессе реформирования общества.</p> <p>3. Газета как тип издания. Еженедельник и ежедневная</p>                                                                                                                                                                      | 17 | <i>реферат</i> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |    |                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----------------------|
| газета: общее и особенное. Основные тенденции развития современной газетной периодики<br>4. Журнал как тип издания. Типология журнальной периодики. Основные тенденции развития современной газетной периодики.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |    |                      |
| Тема 9<br>1. Роль телеграфных агентств.<br>2. В какой мере Интернет «перехватил» инициативу СМИ.<br>Как повлиял Закон о свободе совести на религиозную печать?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 17 | реферат              |
| Тема 10<br>1. Телевидение как системный объект. Дифференциация телевидения. Организация структуры телевидения. Перспективы развития многопрограммного телевидения.<br>2. Радиовещание в структуре СМИ. Трансформация системы государственного радиовещания. Дифференциация типологической структуры радиопрограмм.<br>3. Информационные агентства в системе СМИ. Типы информационных агентств и специфика их продукции.<br>4. Рекламные агентства, PR-агентства, пресс-службы и пресс-центры в массовом информационном процессе.<br>5. Книгоиздание. Трансформация книгоиздания России в процессе становления рыночных отношений.<br>Основные тенденции выпуска книжной продукции по тематическим разделам и целевому назначению. | 15 | Реферат, презентация |

### 5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины (модуля), выполняемые обучающимися самостоятельно

#### Методические рекомендации по выполнению рефератов

Реферат предусматривает углубленное изучение дисциплины, способствует развитию навыков самостоятельной работы с литературными источниками.

**Реферат** – краткое изложение в письменном виде содержания научного труда по предоставленной теме. Это самостоятельная научно-исследовательская работа, где студент раскрывает суть исследуемой проблемы с элементами анализа по теме реферата. Приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на проблемы темы реферата. Содержание реферата должно быть логичным, изложение материала носить проблемно-тематический характер.

#### Требования к оформлению реферата:

Объем реферата может колебаться в пределах 15-20 печатных страниц. Основные разделы: оглавление (план), введение, основное содержание, заключение, список литературы.

Текст реферата должен содержать следующие разделы:

- титульный лист с указанием: названия ВУЗа, кафедры, темы реферата, ФИО автора и ФИО преподавателя.
- введение, актуальность темы.
- основной раздел.
- заключение (анализ результатов литературного поиска); выводы.
- библиографическое описание, в том числе и интернет-источников, оформленное по ГОСТ 7.1 – 2003; 7.80 – 2000.

- список литературных источников должен иметь не менее 10 библиографических названий, включая сетевые ресурсы.

Текстовая часть реферата оформляется на листе следующего формата:

- отступ сверху – 2 см; отступ слева – 3 см; отступ справа – 1,5 см; отступ снизу – 2,5 см;
- шрифт текста: Times New Roman, высота шрифта – 14, пробел – 1,5;
- нумерация страниц – снизу листа. На первой странице номер не ставится.

Реферат должен быть выполнен грамотно с соблюдением культуры изложения. Обязательно должны иметься ссылки на используемую литературу, включая периодическую литературу за последние 5 лет).

#### **Критерии оценки реферата:**

- актуальность темы исследования;
- соответствие содержания теме;
- глубина проработки материала;
- правильность и полнота разработки поставленных вопросов;
- значимость выводов для дальнейшей практической деятельности;
- правильность и полнота использования литературы;
- соответствие оформления реферата стандарту;
- качество сообщения и ответов на вопросы при защите реферата.

#### **Темы рефератов:**

- Место и роль информации в общественном развитии.
- Сущность и содержание информационного общества.
- «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации» о национальных интересах государства в сфере информации.
- Информационная безопасность в сфере СМИ.
- Информационная политика государства, конкретного СМИ.
- Информационные агентства, пресс-службы, пресс-центры и структура связей с общественностью.
- Журналистика как сфера массово-информационной деятельности.
- Характеристика информационных революций (отдельные темы).
- Гуманитарно-демократическая концепция журналистики.
- Марксистская концепция журналистики.
- Демократическая концепция журналистики.
- Массово-коммуникативная концепция журналистики.
- Модели журналистики: феодально-монархическая, религиозно-клерикальная, буржуазная, социалистическая.
- Методика анализа содержания текстов.
- Правовые основы журналистской деятельности в период самодержавия.
- Роль М.В. Ломоносова в истории русской журналистики.
- Журналистская деятельность видных отечественных публицистов, писателей, общественных деятелей: Н. М. Карамзина, Н. И. Новикова, А. Н. Радищева, В. Г. Белинского, Н. Г. Чернышевского, А. И. Герцена и др.
- Создание и деятельность информационных агентств в России
- Буржуазная модель журналистики.
- Социалистическая модель журналистики.
- Перестроечная и инструментальная модели российской журналистики.
- СМИ как «4-я власть» в начале 90-х годов XX века российского государства.
- Религиозная печать в России.
- Социальное предназначение журналистики.
- Социальная роль журналистики в экономической сфере общества.
- Социальная роль журналистики в социальной сфере общества.
- Социальная роль журналистики в духовной сфере общества.

- Коммуникационная функция журналистики.
- Характеристика информационной функции журналистики.
- Аналитическая функция журналистики.
- Развлекательная функция журналистики.
- Функции политической социализации.
- Периодическая печать Российской Федерации в конце XX века.
- Телевидение российского государства в конце XX века.
- Радиовещание Российской Федерации в конце 90-х годов XX века.
- Российские СМИ в Интернете.
- Характеристика общероссийской прессы.
- Региональная пресса России.
- Национальная пресса России.
- Политико-партийные издания современной России.
- Характеристика российской аграрной прессы.
- Рекламная пресса Российской Федерации.
- Российские экологические периодические печатные издания.
- Современная религиозная пресса Российской Федерации.
- Деловая пресса современной России.
- Российские периодические печатные издания для женщин.
- Российские периодические печатные издания для мужчин.
- Детская и юношеская пресса.
- Спортивная пресса современной России.
- Типологическая характеристика современных журналов России.
- Типологические характеристики отдельных печатных изданий.
- Заметка как жанр.
- Отчет и его жанровые особенности.
- Особенности и назначение интервью как жанра.
- Характеристика репортажа как жанра.
- Статья как аналитический жанр периодической печати.
- Рецензия как жанр.
- Жанр «обозрение», его особенности.
- Письмо как жанр журналистики.
- Очерк и зарисовка как жанры журналистики.

Характеристика сатирических жанров журналистики

### **Создание презентаций**

**Создание материалов-презентаций** — это вид самостоятельной работы студентов по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint.

Этот вид работы требует координации навыков студента по сбору, систематизации, переработке информации, оформления ее в виде подборки материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде. То есть создание материалов-презентаций расширяет методы и средства обработки и представления учебной информации, формирует у студентов навыки работы на компьютере.

Презентации готовятся студентом в виде слайдов с использованием программы Microsoft PowerPoint.

#### **Роль студента:**

- изучить материалы темы, выделяя главное и второстепенное;
- установить логическую связь между элементами темы;
- представить характеристику элементов в краткой форме;
- выбрать опорные сигналы для акцентирования главной информации и отобразить в структуре работы;

- оформить работу и предоставить к установленному сроку.

#### **Критерии оценки:**

- соответствие содержания теме;
- правильная структурированность информации;
- наличие логической связи изложенной информации;
- эстетичность оформления, его соответствие требованиям;
- работа представлена в срок.

#### **Не рекомендуется:**

- перегружать слайд текстовой информацией;
- использовать блоки сплошного текста;
- в нумерованных и маркированных списках использовать уровень вложения глубже двух;
- использовать переносы слов;
- использовать наклонное и вертикальное расположение подписей и текстовых блоков;
- текст слайда не должен повторять текст, который преподаватель произносит вслух (зрители прочитают его быстрее, чем расскажет преподаватель, и потеряют интерес к его словам).

### **Примерные требования к оформлению презентации**

#### ***Оформление слайдов***

|                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Стиль                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Соблюдайте единый стиль оформления. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.</li> <li>• Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).</li> </ul> </li> </ul> |
| Фон                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                          |
| Использование цвета  | <p>На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов:</p> <p>один для фона, один для заголовков, один для текста.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Для фона и текста используйте контрастные цвета.</li> <li>• Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).</li> </ul>             |
| Анимационные эффекты | <p>Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.</li> </ul>                                                        |

#### **Рекомендуется:**

- сжатость и краткость изложения, максимальная информативность текста: короткие тезисы, даты, имена, термины — главные моменты опорного конспекта;
- использование коротких слов и предложений, минимум предлогов, наречий, прилагательных;
- использование нумерованных и маркированных списков вместо сплошного текста;
- использование табличного (матричного) формата предъявления материала, который позволяет представить материал в компактной форме и наглядно показать связи между различными понятиями;
- выполнение общих правил оформления текста;
- тщательное выравнивание текста, букв, маркеров списков;
- горизонтальное расположение текстовой информации, в т.ч. и в таблицах;
- каждому положению, идее должен быть отведен отдельный абзац текста;

- основную идею абзаца располагать в самом начале — в первой строке абзаца (это связано с тем, что лучше всего запоминаются первая и последняя мысли абзаца);
- идеально, если на слайде только заголовок, изображение (фотография, рисунок, диаграмма, схема, таблица и т.п.) и подпись к ней.

### **Представление информации**

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Содержание информации               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Используйте короткие слова и предложения.</li> <li>• Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.</li> <li>• Заголовки должны привлекать внимание аудитории.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                          |
| Расположение информации на странице | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Предпочтительно горизонтальное расположение информации.</li> <li>• Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.</li> <li>• Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.</li> </ul>                                                                                                                                                                           |
| Шрифты                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Для заголовков - не менее 24.</li> <li>• Для информации - не менее 18.</li> <li>• Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.</li> <li>• Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.</li> <li>• Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.</li> <li>• Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных букв).</li> </ul> |
| Способы выделения информации        | <p>Следует использовать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• рамки, границы, заливку;</li> <li>• разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;</li> <li>• рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                |
| Объем информации                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.</li> <li>• Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.</li> </ul>                                                                                                                       |
| Виды слайдов                        | <p>Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• с текстом;</li> <li>• с таблицами;</li> <li>• с диаграммами.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                            |

## **6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

### **6.1. Образовательные технологии**

Для достижения целей изучения дисциплины используются активные (лекции, семинары) и интерактивные (диспуты, дискуссии) формы проведения занятий.

**Таблица 5 – Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий**

| Раздел, тема дисциплины (модуля)                                                                                      | Форма учебного занятия |                                                    |                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------------------------------------|---------------------|
|                                                                                                                       | Лекция                 | Практическое занятие, семинар                      | Лабораторная работа |
| <b>Тема 1.</b> Теория и практика массовой информации: предмет, цель, задачи курса                                     | Обзорная лекция        | Фронтальный опрос                                  | Не предусмотрено    |
| <b>Тема 2.</b> Массовая информация – центральная категория учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации» | Лекция-диалог          | Кейс-стади                                         | Не предусмотрено    |
| <b>Тема 3.</b> Информационно-аналитическая работа: Методика и содержание                                              | Обзорная лекция        | Фронтальный опрос                                  | Не предусмотрено    |
| <b>Тема 4.</b> Реформы общества как предпосылки рождения прессы.                                                      | Обзорная лекция        | Контрольная работа                                 | Не предусмотрено    |
| <b>Тема 5.</b> Возникновение и развитие западной прессы.                                                              | Обзорная лекция        | Анализ конкретных ситуаций<br>Ситуационное задание | Не предусмотрено    |
| <b>Тема 6.</b> Возникновение и развитие массовой прессы в России.                                                     | Обзорная лекция        | Анализ конкретных ситуаций<br>Практическое задание | Не предусмотрено    |
| <b>Тема 7.</b> Основные тенденции в развитии журналистики в XXI веке.                                                 | Обзорная лекция        | Кейс-стади                                         | Не предусмотрено    |
| <b>Тема 8.</b> Основные этапы развития отечественной прессы.                                                          | Обзорная лекция        | Выполнение практических заданий                    | Не предусмотрено    |
| <b>Тема 9.</b> Массовая информация, и ее роль в современном мире, обществе                                            | Обзорная лекция        | Кейс-стади                                         | Не предусмотрено    |
| <b>Тема 10.</b> Система средств массовой информации: печать, радио, телевидение.                                      | Обзорная лекция        | Выполнение практических заданий<br>Тест            | Не предусмотрено    |

## 6.2. Информационные технологии

При реализации различных видов учебной и внеучебной работы по дисциплине используются:

– средства представления учебной информации (проведение очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т.д.);

– интерактивные средства взаимодействия участников образовательного процесса на основе образовательного интернет портала АГУ// <http://learn.asu.edu.ru/>

–электронные учебники и различные сайты (электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источника информации (использование материалов сайтов [www.adme.ru](http://www.adme.ru), информационных рекламных порталов);

–использование возможностей электронной почты преподавателя

–использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование») или иных информационных систем, сервисов и мессенджеров]

### **6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

#### **6.3.1. Программное обеспечение**

| Наименование программного обеспечения                                                   | Назначение                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Adobe Reader                                                                            | Программа для просмотра электронных документов |
| Moodle                                                                                  | Образовательный портал ФГБОУ ВО «АГУ»          |
| Mozilla FireFox                                                                         | Браузер                                        |
| Microsoft Office 2013,<br>Microsoft Office Project 2013,<br>Microsoft Office Visio 2013 | Офисная программа                              |
| 7-zip                                                                                   | Архиватор                                      |
| Microsoft Windows 7 Professional                                                        | Операционная система                           |
| Kaspersky Endpoint Security                                                             | Средство антивирусной защиты                   |

#### **6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Наименование современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Электронный каталог «Научные журналы АГУ». <a href="http://journal.asu.edu.ru/">http://journal.asu.edu.ru/</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО "ИВИС". <a href="http://dlib.eastview.com">http://dlib.eastview.com</a><br>Имя пользователя: AstrGU<br>Пароль: AstrGU                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Справочная правовая система КонсультантПлюс.<br>Содержится огромный массив справочной правовой информации, российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты, технические нормы и правила.<br><a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>                                                                                                                                    |
| Информационно-правовое обеспечение «Система ГАРАНТ».<br>В системе ГАРАНТ представлены федеральные и региональные правовые акты, судебная практика, книги, энциклопедии, интерактивные схемы, комментарии ведущих специалистов и материалы известных профессиональных изданий, бланки отчетности и образцы договоров, международные соглашения, проекты законов.<br>Предоставляет доступ к федеральному и региональному законодательству, комментариям и разъяснениям из ведущих профессиональных СМИ, книгам и обновляемым энциклопедиям, типовым формам документов, судебной практике, международным договорам и другой |

нормативной информации. Всего в нее включено более 2,5 млн документов. В программе представлены документы более 13 000 федеральных, региональных и местных эмитентов.  
<http://garant-astrakhan.ru>

Корпоративный проект Ассоциации региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН) «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС) - сводная база данных, содержащая полную аналитическую роспись 1800 названий журналов по разным отраслям знаний. Участники проекта предоставляют друг другу электронные копии отсканированных статей из книг, сборников, журналов, содержащихся в фондах их библиотек.  
<http://mars.arbicon.ru>

## 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 7.1. Паспорт фонда оценочных средств.

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) «Теория и практика массовой информации» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

**Таблица 6 – Соответствие разделов, тем дисциплины (модуля), результатов обучения по дисциплине (модулю) и оценочных средств**

| Контролируемый раздел, тема дисциплины (модуля)                                                                       | Код контролируемой компетенции (компетенций) | Наименование оценочного средства |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------|
| <b>Тема 1.</b> Теория и практика массовой информации: предмет, цель, задачи курса                                     | УК-4, ОПК-1                                  | реферат                          |
| <b>Тема 2.</b> Массовая информация – центральная категория учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации» | УК-4, ОПК-1                                  | Кейс-стади                       |
| <b>Тема 3.</b> Информационно-аналитическая работа: Методика и содержание                                              | УК-4, ОПК-1                                  | реферат                          |
| <b>Тема 4.</b> Реформы общества как предпосылки рождения прессы.                                                      | УК-4, ОПК-1                                  | Контрольная работа               |
| <b>Тема 5.</b> Возникновение и развитие западной прессы.                                                              | УК-4, ОПК-1                                  | Ситуационное задание             |
| <b>Тема 6.</b> Возникновение и развитие массовой прессы в России.                                                     | УК-4, ОПК-1                                  | Практическое задание             |
| <b>Тема 7.</b> Основные тенденции в развитии журналистики в XX веке.                                                  | УК-4, ОПК-1                                  | Кейс-стади                       |
| <b>Тема 8.</b> Основные этапы развития отечественной прессы.                                                          | УК-4, ОПК-1                                  | Практическое задание             |

|                                                                                  |                    |            |
|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------|
| <b>Тема 9.</b> Массовая информация, и ее роль в современном мире, обществе       | <i>УК-4, ОПК-1</i> | Кейс-стади |
| <b>Тема 10.</b> Система средств массовой информации: печать, радио, телевидение. | <i>УК-4, ОПК-1</i> | Тест       |

## 7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

**Таблица 7 – Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний**

| Шкала оценивания           | Критерии оценивания                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5<br>«отлично»             | демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры              |
| 4<br>«хорошо»              | демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя                                        |
| 3<br>«удовлетворительно»   | демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов |
| 2<br>«неудовлетворительно» | демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры                                                     |

**Таблица 8 - Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений**

| Шкала оценивания         | Критерии оценивания                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5<br>«отлично»           | демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы                                                                         |
| 4<br>«хорошо»            | демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя |
| 3<br>«удовлетворительно» | демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в                 |

|                            |                                         |
|----------------------------|-----------------------------------------|
|                            | формулировке выводов                    |
| 2<br>«неудовлетворительно» | не способен правильно выполнить задание |

### 7.3. Контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)

#### Тема 1. Теория и практика массовой информации: предмет, цель, задачи курса

##### Подготовить реферат по следующим темам

##### Темы рефератов:

- Место и роль информации в общественном развитии.
- Сущность и содержание информационного общества.
- «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации» о национальных интересах государства в сфере информации.
- Информационная безопасность в сфере СМИ.
- Информационная политика государства, конкретного СМИ.
- Информационные агентства, пресс-службы, пресс-центры и структура связей с общественностью.
- Журналистика как сфера массово-информационной деятельности.
- Характеристика информационных революций (отдельные темы).
- Гуманитарно-демократическая концепция журналистики.
- Марксистская концепция журналистики.
- Демократическая концепция журналистики.
- Массово-коммуникативная концепция журналистики.
- Модели журналистики: феодально-монархическая, религиозно-клерикальная, буржуазная, социалистическая.
- Методика анализа содержания текстов.
- Правовые основы журналистской деятельности в период самодержавия.
- Роль М.В. Ломоносова в истории русской журналистики.
- Журналистская деятельность видных отечественных публицистов, писателей, общественных деятелей: Н. М. Карамзина, Н. И. Новикова, А. Н. Радищева, В. Г. Белинского, Н. Г. Чернышевского, А. И. Герцена и др.
- Создание и деятельность информационных агентств в России
- Буржуазная модель журналистики.
- Социалистическая модель журналистики.
- Перестроечная и инструментальная модели российской журналистики.
- СМИ как «4-я власть» в начале 90-х годов XX века российского государства.
- Религиозная печать в России.
- Социальное предназначение журналистики.
- Социальная роль журналистики в экономической сфере общества.
- Социальная роль журналистики в социальной сфере общества.
- Социальная роль журналистики в духовной сфере общества.
- Коммуникационная функция журналистики.
- Характеристика информационной функции журналистики.
- Аналитическая функция журналистики.
- Развлекательная функция журналистики.
- Функции политической социализации.
- Периодическая печать Российской Федерации в конце XX века.
- Телевидение российского государства в конце XX века.

- Радиовещание Российской Федерации в конце 90-х годов XX века.
- Российские СМИ в Интернете.
- Характеристика общероссийской прессы.
- Региональная пресса России.
- Национальная пресса России.
- Политико-партийные издания современной России.
- Характеристика российской аграрной прессы.
- Рекламная пресса Российской Федерации.
- Российские экологические периодические печатные издания.
- Современная религиозная пресса Российской Федерации.
- Деловая пресса современной России.
- Российские периодические печатные издания для женщин.
- Российские периодические печатные издания для мужчин.
- Детская и юношеская пресса.
- Спортивная пресса современной России.
- Типологическая характеристика современных журналов России.
- Типологические характеристики отдельных печатных изданий.
- Заметка как жанр.
- Отчет и его жанровые особенности.
- Особенности и назначение интервью как жанра.
- Характеристика репортажа как жанра.
- Статья как аналитический жанр периодической печати.
- Рецензия как жанр.
- Жанр «обозрение», его особенности.
- Письмо как жанр журналистики.
- Очерк и зарисовка как жанры журналистики.
- Характеристика сатирических жанров журналистики

## **Тема 2. Массовая информация – центральная категория учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации»**

### **Кейс-стади**

#### **Кейс №1**

- СМИ,
- изучить общие принципы и подходы к бизнес-планированию деятельности редакций
  - провести расчеты и определить точку безубыточности деятельности редакции СМИ,
  - составить бизнес-план редакции СМИ.

#### **План:**

1. Изучить принципы, подходы и методы составления бизнес-плана.
  - Определить и рассчитать постоянные и переменные издержки, выручку от реализации и найти точку безубыточности деятельности редакции СМИ.
3. Составить бизнес-план, сформулировать предложения по выходу и продвижению издания на рынке.

#### **Результат:**

1. Расчетная часть точки безубыточности в нескольких вариантах (эконом, реальный, прибыль).
2. Бизнес-план редакции СМИ.
3. Вывод издания на рынок и его продвижение.

**Необходимое техническое обеспечение:** компьютер с текстовым редактором и электронной таблицей, принтер.

#### **Кейс № 2.**

- изучить общие принципы и подходы к составлению рекламных текстов,

- проанализировать различные типы и виды рекламных текстов на конкретных примерах,
- разработать рекламный текст в одной или нескольких из предложенных форм.

**План:**

1. Рассмотреть цели и задачи, изучить принципы, подходы и методы составления рекламных текстов.
2. Изучить примеры и проанализировать различные виды рекламных текстов, с точки зрения структуры и приемов рекламных обращений.
3. Разработать содержание рекламных сообщений, проанализировать и обсудить использованные методы.

**Результат:**

1. Критический анализ рекламы - выбранного рекламного текста, модуля, ролика: - Аудитория. - Предмет рекламы, основная идея, выгоды и мотивация потребителей. - Структура и элементы рекламного текста, дополнительные визуальные образы.
2. Изменение, доработка выбранного или создание собственного рекламного сообщения (рекламного текста) в одной или нескольких формах: печатное рекламное объявление, рекламный модуль, сценарий телевизионного рекламного ролика.

**Тема 3. Информационно-аналитическая работа: Методика и содержание**

**Подготовить реферативное сообщение**

**ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ**

- Первая печатная газета в России: история и типологические особенности
- Типологические особенности СМИ
- Функции СМИ
- Российские Интернет-издания: сущность, виды и типологические особенности
- Роль телеграфных агентств в СМИ
- История формирования информационных служб в России.
- Система СМИ в России
- СМИ и их аудитория
- Проблемы экологической безопасности в СМИ
- Тема международной жизни в СМИ
- Основные характеристики российской прессы в начале XX века
- Телевидение в России: история и современность
- Современное радиовещание Российской Федерации
- Радио как средство массовой коммуникации
- ИТАР-ТАСС и его деятельность
- Молодежная пресса в России
- Особенности освещения в СМИ вооруженных конфликтов
- Реклама в СМИ
- Специализированная пресса в современной России
- Процесс конструирования теленовостей
- Информационное агентство ИНТЕРФАКС
- Роль СМИ в формировании общественного мнения
- Общенациональная пресса в России
- Российское телевидение на рубеже XX-XXI вв.
- Типология периодической печати в России
- Пресса национальных регионов Российской Федерации
- Процесс становления глобального информационного общества
- Системные особенности современного радиовещания
- Российское телевидение: структурно-функциональный анализ
- Особенности освещения «Детской темы» в СМИ

- Проблемы детства в информационном поле СМИ
- Гендерные проблемы в освещении СМИ
- Освещение миграционных проблем в российской прессе
- Деловая пресса России
- Отражение экономических проблем в СМИ
- Отражение в СМИ современных культурных процессов
- Специализированная пресса о культуре
- Отражение духовно-религиозной проблематики в современных СМИ
- Образ церкви в российских СМИ
- Религиозная печать в России
- Роль СМИ в освещении проблем российской благотворительности
- «Детская» пресса в России
- Русскоязычная пресса в США
- Роль СМИ в формировании общественного мнения
- Образ мигранта в региональных СМИ (на примере Астраханской области)
- Конструирование имиджа политика посредством СМИ
- Проблема здорового образа жизни в освещении СМИ
- Особенности освещения спортивной тематики в российских СМИ
- Глянцевые журналы в России
- Проблемы освещения терактов на телевидении
- Манипулирование в СМИ и пути его ограничения
- Образ российских вузов в печатной прессе
- Проблемы приграничного сотрудничества в региональных СМИ (на примере России и Казахстана)

#### **Тема 4. Реформы общества как предпосылки рождения прессы.**

##### ***Тематика контрольных работ***

##### *Социальное предназначение журналистики*

1. Журналистика и ее функции.
2. Жанры журналистики.
3. Жанры электронных версий СМИ в Интернете.
4. Жанры художественной публицистики в СМИ.
5. Аналитические жанры современной журналистики.
6. Информационные жанры журналистики в СМИ и на ТВ.
7. Интервью, телеинтервью и работа над ними
8. Репортаж в печатных СМИ и на телевидении.
9. Радиожурналистика. Радиоинтервью и телеинтервью.
10. Методы сбора информации в журналистике.
11. Технология выпуска номера газеты.
12. Проблемы плюрализма в обществе и в СМИ
13. Заголовок в газете. Требования к заголовкам.
14. Журналистская этика
15. Статья в современной газете.
16. Сюжет и композиция в журналистике.
17. Экономика современных СМИ.
18. Реклама и ее жанры в СМИ
19. Журналистское расследование в СМИ и на телевидении.
20. Закон Российской Федерации о средствах массовой информации.
21. Журналистика, как сфера научной деятельности.
22. Работа редакции

23. Типографский дизайн.
24. Система средств массовой информации Российской Федерации в начале XXI века
25. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности.
26. Основные стадии производства телевизионных программ

### **Требования к оформлению контрольной работы**

Работа выполняется на бумаге формата А-4 на одной стороне листа, листы сшиваются в папке-скоросшивателе. Поля страницы составляют: левое - 30 мм, правое - 15 мм, нижнее и верхнее - 20 мм. Страницы имеют сквозную нумерацию арабскими цифрами, проставленными на середине верхнего поля. Шрифт курсовой работы при компьютерном наборе - Times New Roman, кегль 14. Общий объем работы составляет 12-15 страниц (иллюстрации и приложения считаются отдельно) текста, напечатанного через 1,5 интервала между строками. Титульный лист работы включается в общую нумерацию страниц, но без проставления номера. На втором листе контрольной работы печатается содержание, включающее в себя названия структурных частей работы и соответствующие страницы.

Далее следует изложение текста самой контрольной работы, куда входит введение, основная часть, заключение.

Слова ВВЕДЕНИЕ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СОДЕРЖАНИЕ, БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ располагаются в середине строки без точки в конце и печатаются прописными буквами. Подзаголовки печатаются строчными буквами (первая буква прописная). Заголовки не подчеркиваются.

*Во введении* обосновывается актуальность выбранной темы, намечаются ключевые цели работы.

*В основной части* должны быть полностью раскрыты все вопросы темы.

*В заключении* содержатся выводы и обобщения.

В конце работы помещается список использованной литературы, возможно, словарь терминов, употребленных в работе. В предлагаемых методических рекомендациях уже содержится список рекомендуемой литературы, но студент может использовать и другие источники, найденные самостоятельно. Если контрольная работа правильно оформлена и отвечает предъявляемым требованиям, то студент должен пройти собеседование по теме контрольной работы с преподавателем.

## **Тема 5. Возникновение и развитие западной прессы.**

### **Ситуационные задания:**

1. выполните разработку бизнес-плана предполагаемого или реального СМИ.
2. Напишите пресс-релиз о новом товаре или услуге.
3. Напишите пресс-релиз новой телепрограммы.
4. Напишите пресс-релиз о семинаре или конференции.
5. Напишите пресс-релиз о выставке или форуме.
6. Напишите пресс-релиз об акции снижения цен на товары.
7. Напишите пресс-релиз о проведении конкурсов, викторин, розыгрышей.
8. Напишите пресс-релиз о переезде компании на новый адрес.
9. Напишите пресс-релиз о юбилее организации.

## **Тема 6. Возникновение и развитие массовой прессы в России.**

### **Практическое задание**

1. Выберите по желанию одно печатное издание, телекомпанию и радиостанцию. Ответьте на вопросы: на какую аудиторию они рассчитаны? Какова их реальная аудитория? как можно привлечь потенциальную аудиторию?

2. Представьте, что вы собираетесь учредить собственное СМИ (любой направленности). Какова будет его аудитория? Каким образом вы будете привлекать читателей (слушателей, зрителей) к своему проекту? Подготовьте презентацию своего проекта.

3. На основе лекции литературы и по материалам СМИ подготовьте аналитическое сообщение по теме: «Актуализация функций СМИ и отражение этого процесса в их структуре».

4. Сопоставьте три издания (например, молодежной или деловой прессы) - газету, журнал, еженедельник. В чем особенности типологической модели каждого из них?  
2. Определите задачи качественной и массовой печати. 3. Определите, как различаются по задачам газета и еженедельник.

## **Тема 7. Основные тенденции в развитии журналистики в XX веке.**

### **Кейс-стади**

**Необходимое техническое обеспечение:** компьютер с текстовым редактором, принтер.

#### **Кейс 3.**

- изучить общие принципы составления рекламных заголовков, названий, девизов, слоганов, а также критерии оценки эффективности их воздействия;
- проанализировать различные рекламные заголовки на конкретных примерах;
- познакомиться с различными методами стимулирования творческого процесса;
- разработать вербально-визуальную концепцию рекламы товара, продукта, услуги, бренда (рекламный модуль), включающую рекламный заголовок, название, девиз, слоган в сочетании с визуальным образом, используя различные методики стимулирования творческого процесса.

#### **План:**

1. Провести предварительные полевые исследования: собрать несколько фотографий городских щитов наружной рекламы и/или другие рекламные модули и носители (пресса, листовки, вывески и др.), содержащие рекламный заголовок, название, девиз, слоган в сочетании с визуальными образами.
2. Рассмотреть цели и задачи, изучить принципы составления и критерии оценки эффективности воздействия рекламных заголовков, названий, девизов, слоганов.
3. Изучить примеры, проанализировать и сравнить различные виды рекламных материалов (в т.ч. собранные студентами), согласно изученным критериям оценки эффективности вербально-визуальных коммуникаций.
4. В группах и индивидуально разработать, обсудить, провести предварительное тестирование рекламного модуля (наружка, рекламный плакат, афиша, печатный модуль и т.д.), содержащего рекламный заголовок, название, девиз, слоган в сочетании с визуальным образом. В работе использовать различные методы оптимизации творческого процесса.

#### **Результат:**

1. Критический анализ рекламных элементов, отобранных в ходе предварительно проведенных полевых исследований в соответствии с выбранным жанром рекламы и/или типом товара, продукта, услуги, бренда.
2. Вербально-визуальная концепция рекламы товара, продукта, услуги, бренда (исследованного в п.1.) в виде рекламного модуля. Концепция включает:
  - целевая аудитория и канал коммуникации,
  - рекламный заголовок, название, девиз, слоган в сочетании с визуальным образом.

**Примечание:** рекламный модуль может быть выполнен на компьютере с использованием любой графической программы, либо подручными средствами в стиле аппликации, фото-коллажа, рисунка "от руки", с использованием изображений из фото-банков, журнальных вырезок, собственных фотографий.

**Необходимое технико-инструментальное обеспечение:** компьютер с графическим ПО, принтер, ножницы, клей, простые и цветные карандаши, краски, фломастеры

- изучить ключевые принципы и этапы разработки, планирования и реализации рекламных кампаний;
- познакомиться с примерами реализованных рекламных кампаний и творческих разработок;

- разработать творческую концепцию рекламной кампании выбранного товара, продукта, услуги, бренда.

**План:**

1. Изучить этапы планирования и реализации рекламных кампаний (РК), цели и задачи стратегического планирования рекламно-маркетинговых коммуникаций, виды стратегий РК.
2. Проанализировать и изучить структуру клиентского брифа (творческого задания).
3. Познакомиться с методами, видами исследований и источниками данных, используемых при разработке РК, анализе и тестировании рекламных материалов.
4. Познакомиться с примерами реализованных РК (в т.ч. по отдельным рекламным материалам, каналам и носителям), проанализировать их эффективность.
5. Изучить примеры творческих разработок и визуализации рекламных материалов, предназначенных для презентации заказчику. Познакомиться с документами, регламентирующими рекламные разработки, планирование и реализацию РК.
6. В группах и индивидуально разработать клиентский бриф (творческое задание) на продвижение выбранного товара, продукта, услуги, бренда, продумать и обсудить стратегии продвижения, элементы РК, разработать рекламные материалы для различных медиаканалов и носителей, провести их предварительное тестирование.
7. Подготовить презентацию и представить на обсуждение творческую разработку РК.

**Результат - презентация в форме творческой разработки рекламной кампании:** печатная версия и электронная презентация в формате Microsoft PowerPoint (по желанию студента)

1. Бриф (творческое задание) на продвижение товара, продукта, услуги, бренда (разрабатывается студентом).
2. Креативная и медийная стратегия РК: - основная креативная идея, рекламные обращения (слоган, заголовки, тексты и образы), - обоснование выбора каналов коммуникаций.
3. Рекламные материалы и носители в виде печатных модулей, сценариев и раскадровок рекламных роликов, плакатов и др. в соответствии с выбранными каналами коммуникаций. Дополнительно: 4. Общее обоснование творческой разработки и оценка эффективности согласно результатам проведенного тестирования рекламных материалов и/или данных исследований, на которых базируется рекламная стратегия.

**Примечание:** рекламные материалы могут быть созданы на компьютере с использованием любой графической программы, либо подручными средствами в стиле аппликации, фото-коллажа, рисунка "от руки", с использованием изображений из фото-банков, журнальных вырезок, собственных фотографий и т.д.

**Тема 8. Основные этапы развития отечественной прессы.**

**Практическое задание**

1. Подготовьте аналитическое сообщение по теме (по выбору студента):
  - а). Природа, противоречия, перспективы развития телевидения как средства массовой информации.
  - б). Радиовещание в России: современное состояние и тенденции развития.
  - в). Мобильные медиа и перспективы их развития.
6. На основе лекции и по материалам СМИ, подготовьте аналитическое сообщение на темы (по выбору студента):
  - а). «Глобальные проблемы современности в проблематике СМИ»;
  - б). «Влияние СМИ на политический выбор молодежи».
2. Проанализируйте «Доктрину информационной безопасности Российской Федерации» и объясните, в чем заключаются основные задачи государственной информационной политики? Какова роль СМИ в реализации обозначенных целей и задач?
3. Опишите свою модель современного информационного общества. Какова его природа, противоречия, перспективы развития.
4. На основе лекции и по материалам СМИ, подготовьте аналитическое сообщение на темы (по выбору студента):
  - а). Мобильные и сетевые российские СМИ и национальная информационная политика.

б). Функциональные особенности кабельного ТВ в России.

5. Предложите свой вариант развития мобильных и сетевых СМИ в российском информационном пространстве.

6. Опишите функциональные особенности современного политического процесса и возможные роли СМИ: СМИ - посредник; СМИ – партнер - власти; СМИ – общественный контролер.

### **Тема 9. Массовая информация, и ее роль в современном мире, обществе**

#### **Кейс-стади**

**Необходимое технико-инструментальное обеспечение:** компьютер с графическим ПО, принтер, ножницы, клей, простые и цветные карандаши, краски, фломастеры.

#### **Цели:**

- изучить структуру локального рекламного рынка с т.з. представленных на нем участников;
- изучить виды и принципиальные отличия рекламных компаний с т.з. структуры предприятий, подразделений, должностных единиц;
- получить навыки проектирования организационной структуры РА, познакомиться с основами бизнес-планирования деятельности РА;

#### **План:**

1. Провести предварительные исследования, проанализировать структуру казанского рекламного рынка с т.з. представленных на нем участников, используя Интернет-сайты и печатные каталоги-справочники по рекламным предприятиям и организациям.
2. Отобрать несколько рекламных агентств (по разным типам), собрать информацию по материалам, размещенным на их сайтах и/или по телефону и/или при личной встрече с представителями РА.

В ходе исследования необходимо получить общее представление об агентстве, как об участнике рекламного рынка (позиция на рынке), уточнить специфику агентства (направления деятельности), организационную структуру (штатные единицы).

3. Обобщить собранную в ходе проведенных исследований информацию о структуре локального рекламного рынка и видах организационных структур его участников.
4. В группах и индивидуально разработать, обсудить структуру моделируемого РА.

#### **Результат:**

1. Анализ и выводы по результатам полевых исследований структуры рекламного рынка Астрахани и его участников:
  - представленные виды агентств, специализация и направления деятельности, условно свободные или перспективные ниши для деятельности моделируемого РА;
  - типичные организационные структуры участников рекламного рынка, их преимущества и недостатки;
2. Моделирование структуры рекламного агентства:
  - круг клиентов и виды планируемых услуг;
  - штатное расписание и должностные обязанности штатных единиц;
  - структурная управленческая схема по подразделениям.
3. Дополнительно в части бизнес-планирования деятельности РА:
  - оценить необходимые ресурсы и поступления (расходно-доходная часть), требуемые инвестиции и период окупаемости;
  - предложить стратегию выхода РА на рынок.

**Необходимое техническое обеспечение:** телефон, компьютер с офисным ПО и выходом в Интернет, принтер.

### **Тема 10. Система средств массовой информации: печать, радио, телевидение.**

#### **ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ**

**Предметом учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации» является:**

- 1) массовая информация как общественное явление;
- 2) содержание конкретных произведений журналистского творчества и методика их применения в практике связей с общественностью;
- 3) сущность и структура СМИ.

**Когда возникла массовая коммуникация?**

1. С возникновением человечества.
2. До Новой эры, когда изобрели алфавит
3. В Средние века

**Средством массовой информации является:**

1. художественный кинофильм;
2. учебная литература;
3. художественная литература;
4. периодическое печатное издание.

**Социальная информация отражает:**

1. события социальной сферы общества;
2. информацию об обществе в целом;
3. факты с точки зрения их общественной значимости и служит для общения между людьми, достижения ими своих целей, обусловленных их социальным положением;
4. жизнедеятельность определенных социальных структур.

**Массовая информация предназначена для:**

1. профессиональной аудитории;
2. интеллектуальной аудитории;
3. определенных категорий, слоев населения;
4. неограниченной аудитории.

**Содержательно массовая информация представляет собой информацию:**

1. о политической жизни общества;
2. о духовно-идеологической сфере общества;
3. о социально значимых событиях;
4. об экономических проблемах общества.

**Информационная политика – это:**

1. информационная деятельность специальных государственных структур;
2. сфера жизнедеятельности людей, связанная с воспроизводством, распространением и потреблением информации, удовлетворяющей интересы государства и гражданского общества;
3. информационная деятельность государственных СМИ;
4. совокупность информационных процессов.

**Информационную политику конкретного СМИ определяет:**

1. учредитель;
2. журналист;
3. аудитория;
4. структура регистрации СМИ.

**В политической жизни общества журналистика выполняет роль:**

1. регулирующую;
2. управленческую;

3. организаторскую;
4. информационно-коммуникативную.

**В духовной сфере общества журналистика выполняет роль:**

1. познавательную;
2. информационно-коммуникативную;
3. организаторскую;
4. духовно-идеологическую

**Какой наиболее важный критерий построения информационного общества?**

1. Появление компьютеров
2. Доля информационных продуктов в ВВП
3. Возрастание роли информации в обществе

**Есть ли различия между «авторитарной» и «тоталитарной» теориями массовой коммуникации?**

1. Существенных различий нет
2. Имеются некоторые различия
3. Есть принципиальные различия

**К какой теории относится понятие «четвертая власть»?**

1. К теории неограниченного влияния СМК
2. К теории активной аудитории
3. К либертарианской теории СМК

**Кто является автором теории двухступенчатого распространения информации?**

1. П. Лазарсфельд
2. М. Маклюэн
3. Д. Гербнер

**Какая страна является родиной авторитарной теории СМИ?**

1. СССР
2. Германия
3. Англия

**Сколько этапов выделяется в деятельности массовых коммуникаторов?**

1. Два
2. Три
3. Четыре
5. Пять

**В какой теории идет речь о зависимости СМК от аудитории?**

1. В теории ограниченного влияния СМК
2. В теории культивации
3. В теории активной аудитории

**Что измеряется в рейтингах СМК?**

1. Качество материалов
2. Объем радио и телепередач
3. Интерес аудитории к СМК

**В какой теории употребляется понятие «фрейминг»?**

1. В теории «повестки дня»
2. В теории культивации
3. В теории социальной ответственности

**Сколько свойств символической реальности описывается в теории культивации?**

1. Два
2. Три
3. Более пяти

**В чем главное различие между теориями неограниченного и ограниченного влияния СМИ?**

1. В широте охвата аудитории информацией
2. В воздействии на аудитории

**Кого следует относить к активной аудитории?**

1. Тех, кто затрачивает много времени на СМК
2. Тех, кто избирательно относится к информации
3. Тех, кто эмоционально реагирует на информацию

**Что можно измерить с помощью метода семантического дифференциала?**

1. Качество содержания информации
2. Количество информации в тексте
3. Субъективное отношение к информации

**Чем отличается массовая коммуникация от публичного выступления?**

1. Использованием технических средств
2. Размещением аудитории в пространстве

**Сколько факторов отбора информации предлагает теория «привратника»?**

1. Два
2. Три
3. Четыре
4. Пять

**Что является главным в теории «повестки дня»?**

1. Расположение материалов по темам
2. Расположение материалов по значимости

**Кого считают автором теории культивации?**

1. М. Маклюэн
2. Д. Гербнера
3. Г. Почепцова

**На чем делает акцент теория социальной ответственности?**

1. На ответственности СМК перед обществом
2. На ответственности общества перед СМК
3. На ответственности СМК и общества

**Чем отличаются показатели доли и рейтинга?**

1. Доля больше рейтинга
2. Рейтинг больше доли
3. Между ними нет различий

**К свойствам информации относится (укажите лишнее):**

1. Полнота
2. Достоверность
3. Своевременность
4. актуальность

**Погодовой подробный рассказ о событиях – это:**

1. Хроника
2. Житие
3. Летопись

**Что не является элементом модели коммуникации Шеннона-Уивера?**

1. Передатчик
2. Канал связи
3. Источник информации
4. Источник отправителя

**Информационная инфраструктура – это:**

1. типологические особенности СМИ государства;
2. развитая структура средств массовой коммуникации;
3. система жизнеобеспечения информационной деятельности в стране;
4. развитая система информационных агентств и служб.

**Информационное общество – это:**

1. общество, в котором господствует государственная информационная политика;
2. общество, в котором налажен информационный обмен;
3. общество с развитыми СМИ;
4. открытое общество, в котором в качестве базисной характеристики выступает доминирующая личностная собственность на знания и информацию, имеющая свойства товара.

**Первоначальное значение слова «газета»:**

1. периодическое печатное издание;
2. информационный листок;
3. текст на пергаменте;
4. итальянская мелкая монета, составлявшая цену письменного сообщения о какой-либо товарной новости.

**Рождение прессы датируется**

1. 1600 годом;
2. 1603 годом;
3. 1609 годом;
4. 1700 годом.

**Преимущественной формой развития отечественной журналистики второй половины XVIII – начала XIX веков являлись издания:**

1. государственные;
2. общественные;
3. «персонального журнализма»;
4. качественной прессы.

**Первая российская печатная газета называлась:**

1. «Ведомости»;
2. «Известия»;
3. «Куранты»;
4. «Новости».

**Преобладающими периодическими печатными изданиями России во второй половине XVIII века являлись:**

1. газеты;
2. журналы;
3. бюллетени;
4. альманахи.

**Первым журналом в России стал:**

1. «Трутень»
2. «Трудолюбивая пчела»
3. «Всякая всячина»

**Журнал отечественного публициста Н.И. Новикова назывался:**

- 1) «Трудолюбивая пчелка»;
- 2) «Полезное увеселение»;
- 3) «Трутень»;
- 4) «Доброе намерение».

**Система СМИ в России согласно Закону РФ «О средствах массовой информации» 1991г. включает в себя (укажите лишнее):**

1. Прессу
2. Радио
3. Телевидение
4. Интернет
5. Все ответы верны.

**Один из первых нормативно-правовых актов Советской власти:**

1. Закон «О прессе»;
2. Декрет СНК «О печати»;
3. Временный устав о цензуре прессы;
4. Временный устав о печати.

**Год создания государственного информационного органа РОСТА**

- 1) 1917; 2) 1918; 3) 1919; 4) 1920.

**Советская журналистика характеризуется:**

1. свободой слова и деятельности СМИ;
2. идеологическим плюрализмом;
3. отсутствием жесткой вертикализации СМИ;
4. господством государственной формы собственности на СМИ.

**Информационное агентство ТАСС создано в:**

1. 1919 году;
2. 1922 году;
3. 1925 году;
4. 1930 году.

**В годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. задачу информационного отображения войны выполнял специальный орган:**

1. РОСТА;
2. АПН;
3. Советское информационное бюро;
4. ТАСС.

**Российские СМИ в условиях реформирования общества в конце XX века характеризовались:**

1. политико-идеологическим контролем;
2. сохранением единой формы собственности в сфере СМИ;
3. развитием в условиях демократии, правового государства, многопартийности;
4. жесткой централизацией, сохранением вертикали СМИ.

**Особенностью развития отечественных СМИ в 90-е годы XX века являлось:**

1. реформирование отечественных СМИ в условиях складывающихся рыночных отношений;
2. сохранение советских правовых основ, регулирующих сферу деятельности СМИ;
3. сохранение информационной изоляции;
4. сохранение традиционной системы подготовки журналистских кадров.

**Первая газета в Астрахани носила следующее название:**

1. «Восточные известия»
2. «Кавказский вестник»
3. «Вести Кавказа»
4. «Южнороссийское обозрение»

**К видам тезисов относится:**

1. Простой
2. Структурный
3. Периодический

**Автором понятия «Постиндустриальное общество» является:**

1. Рисмен
2. Белл
3. Кауфман
4. Стоуньер

**Типы контентного анализа (укажите лишнее):**

1. Поисковый / Контрольный
2. Количественный / Качественный
3. Основной / Дополнительный

**Кто является изобретателем радио в России?**

1. Попов
2. Сидоров
3. Иванов
4. Петров

**Первая европейская газета появилась в :**

1. России
2. Германии

3. Франции
4. Великобритании

**Назовите государство, в котором была изобретена бумага:**

1. Египет
2. Китай
3. Россия
4. Греция

**Основой Кириллицы является:**

1. Китайские иероглифы
2. Шумерская клинопись
3. Греческий алфавит
4. Финикийский алфавит

**Авторами славянского алфавита является (-ются):**

1. Кирилл и Мефодий
2. Апостолы Фаддей и Варфоломей
3. Месроп Маштоц
4. Монах Нестор

**Какой тип контентного анализа учитывает наличие или отсутствие характеристик явления, объекта в исследуемом тексте?**

1. Контрольный
2. Качественный
3. Количественный
4. Поисковый

**Что в Киевской Руси служило материалом для письма?**

1. Береста
2. Дощечка
3. Папирус
4. Бумага

**Как с латинского языка переводится слово «реферат»?**

1. «Пусть он дополнит»
2. «Пусть он соотнесет»
3. «Пусть он изменит»
4. «Пусть он докажет»

**Синонимом контентного анализа является:**

1. Структурный анализ
2. Анализ содержания
3. Качественный анализ
4. Все ответы верны

**В переводе с английского коммуникация означает:**

1. Информация
2. Общение
3. Сообщение
4. Беседа

**Пресс-релиз – это:**

1. Краткая информация о каком-либо событии, которая предоставляется журналистам в качестве основы для создания статьи
2. Краткая статья, которая представляется журналистом для ПР-специалиста.

**Записи, включающие несколько видов тезисов – это:**

1. Косвенные тезисы.
2. Основные тезисы
3. Простые тезисы
4. Сложные тезисы

**Что определяется степенью близости информации к реальному состоянию объекта, процесса?**

1. Точность
2. Ценность
3. Достоверность
4. Доступность

**Как называется древнейший вид письма с использованием рисунков?**

1. Клинопись
2. Пиктография
3. Пиктограмма
4. Иллюстрации

**В зависимости от географии распространения пресса бывает следующих видов (укажите лишнее):**

1. Межконтинентальная
2. Региональная
3. Местная
4. Городская

**К преимуществам плана относится:**

1. Наглядность
2. Обобщение
3. Доступность
4. все ответы верны

**Что из нижеперечисленного не относится к СМИ?**

1. Радио
2. Телефон
3. Телевидение.
4. Журналы

**К собственно техническим средствам как виду средств массовой коммуникации относятся (назовите лишнее):**

1. Телефон
2. Телеграф
3. Телетайп
4. Интернет

**Массовая коммуникация – это процесс:**

1. Передачи информации

2. оценки информации
3. Отправления писем
4. Обработки информации

**К прессе не относится:**

1. Газета
2. Журнал
3. Альманах
4. Книга

**Системная характеристика СМИ – это:**

1. типологические особенности СМИ;
2. цельный характер разнообразных СМИ, формирующих единое информационное пространство;
3. технологические и полиграфические процессы;
4. наличие правовой базы информационной деятельности.

**Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания (ВГТРК) создана в:**

1. 1990 году;
2. 1991 году;
3. 1992 году;
4. 1995 году.

**Качественная пресса – это:**

1. качественные издательские характеристики;
2. информационно-развлекательные издания,
3. аналитические издания высокой степени надежности информации;
4. издания с высоким качеством иллюстраций.

**Учредителем СМИ в Российской Федерации может быть:**

1. гражданин иностранного государства;
2. предприятие, учреждение;
3. гражданин Российской Федерации, не достигший 18 лет;
4. политическая партия.

**Квазилегитимные издания – это:**

1. действующие легитимно, пройдя регистрацию в государственных инстанциях;
2. не имеющие права на информационную деятельность;
3. периодические издания тиражом менее одной тысячи экземпляров;
4. не запрещенные и не разрешенные издания.

**«Доктрина информационной безопасности Российской Федерации» утверждена Президентом страны в:**

1. 1991 году;
2. 1996 году;
3. 2000 году;
4. 2005 году.

**«День российской печати» отмечается:**

1. 13 января;
2. 5 мая;

3. 12 июня;
4. 12 декабря.

**Газеты «Все для вас», «Из рук в руки», «Шанс», «Центр плюс» относятся к:**

1. деловой прессе;
2. аграрной прессе;
3. рекламной прессе;
4. региональной прессе.

**Периодические печатные издания «Вечерний Ростов», «Самарские новости», «Вечерний Ставрополь», «Красноярский рабочий», «Уральский рабочий», «Санкт-Петербургские ведомости» относятся к:**

1. транснациональной прессе;
2. общероссийской прессе;
3. региональной прессе;
4. муниципальной прессе.

**Жанр журналистики – это:**

1. форма представления аудитории журналистского произведения, вид произведения;
2. способ сбора информации;
3. прием компоновки материала;
4. совокупность структурно-композиционных средств.

**Информационным жанром журналистики является:**

1. письмо;
2. статья;
3. заметка;
4. памфлет.

**Аналитическим жанром журналистики является:**

1. фельетон;
2. репортаж;
3. очерк;
4. статья.

**Художественно-публицистическим жанром журналистики является:**

1. очерк;
2. заметка;
3. рецензия;
4. отчет.

**Сатирическим художественно-публицистическим жанром журналистики является:**

- 1) заметка;
2. фельетон;
3. корреспонденция;
4. рецензия.

**Журналистское расследование – это:**

1. разновидность информационных жанров журналистики;
2. разновидность аналитических жанров журналистики;
3. самостоятельный жанр журналистики;
4. вид журналистской деятельности.

**Эмпирическим методом исследования, применяемым в журналистской деятельности, является:**

1. исторический;
2. бихевиористский;
3. опрос;
4. индукция.

**Основным типом творчества журналиста является:**

1. научный;
2. художественный;
3. научно-технический;
4. публицистический.

**Более широким понятием является:**

1. технические средства массовой коммуникации;
2. средства массовой коммуникации;
3. средства массовой информации;
4. средства массовой печати.

**Способом высокой печати является, если печатающие элементы:**

1. возвышаются над поверхностью печатной формы;
2. качественно отображены;
3. находятся в одной плоскости;
4. находятся в углубленных печатающихся элементах.

**Размеры формата А 4:**

1. 594x840 мм.;
2. 420x594 мм.;
3. 297x420 мм.;
4. 210x297 мм.

**Изобретение радио, как средства передачи информации на расстояние посредством радиоволн, относится к**

1. 1884 году;
2. 1895 году,
3. 1897 году
4. 1900 году.

**Аналитическим жанром радиожурналистики является:**

1. радиосообщение;
2. радиорепортаж;
3. радиообозрение;
4. радиоинтервью.

**Изобретение телевидения как средства передачи изображения на расстоянии относится к**

1. 1880 году;
2. 1884 году.
3. 1895 году.
4. 1904 году.

**Телевизионная журналистика как отечественное СМИ становится в**

1. 30-е годы XX века;
2. 40-е годы XX века;
3. 50-е годы XX века;
4. 60-е годы XX века

**К литературному редактированию НЕ относится;**

1. сокращения, уточнения;
2. стилистические замечания;
3. формирование облика издания;
4. уточнение источников цифр, цитат.

**Содержательное редактирование включает в себя:**

1. определение идейно-тематической направленности издания;
2. различные виды правки текста, стилистические замечания;
3. изменение структуры текста;
4. работу над замыслом, проблематикой, концепцией текста.

**К «высшему уровню» редакторской деятельности НЕ относится:**

1. определение идейно-тематической направленности издания;
2. формирование облика издания;
3. участие в формировании информационной политики издания;
4. различные виды правки текста.

**Авторский вид деятельности журналиста включает в себя:**

1. подготовку к изданию собственных журналистских произведений;
2. формирование облика и программы издания;
3. поддержание деловых связей с учредителем;
4. управление деятельностью корреспондентского корпуса.

**К пишущим журналистам конкретной редакции НЕ относятся:**

1. корреспонденты;
2. специальные корреспонденты;
3. внештатные авторы;
4. обозреватели.

**Перечень вопросов и заданий,  
выносимых на экзамен**

**Проведение экзамена**

Оценивание студентов осуществляется в соответствии с требованиями и критериями 100-балльной шкалы. Учитываются как результаты текущего контроля, так и знания, навыки и умения, непосредственно показанные студентами в ходе зачета.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных и тематических контрольных работ. Он предусматривает проверку готовности студентов к плановым занятиям, оценку качества и самостоятельности выполнения заданий на практических занятиях, проверку правильности решения задач, выданных на самостоятельную проработку.

На экзамене осуществляется комплексная проверка знаний, навыков и умений студентов по всему теоретическому материалу дисциплины и с проверкой практических навыков и умений. Теоретические знания оцениваются путем компьютерного тестирования или на основании письменных ответов студентов по нескольким теоретическим вопросам.

**Контрольные вопросы для промежуточной аттестации и подготовки к экзамену по итогам освоения учебной дисциплины**

1. Социальное предназначение журналистики.
2. Интервью как жанр и как метод сбора информации.
3. Редакционная политика.
4. Отчет в современных СМИ.
5. Официальный отдел в газете и на телевидении.
6. Жанр обозрения в печати. Международное обозрение.
7. Журналистика и ее функции.
8. Опыт развития СМИ в советский период истории России
9. Психологические особенности СМИ.
10. Интервью и работа над ним.
11. Общие правила интервью и пресс - конференции.
12. Беседа, дискуссия, пресс-конференция.
13. Заголовок в газете. Требования к заголовкам.
14. Технология выпуска номера газеты.
15. Жанр занимательной статьи.
16. Закон Российской Федерации о средствах массовой информации.
17. Проблема независимости СМИ в истории России и в наши дни.
18. Письмо читателя на страницах газет и журналов.
19. Выступление как жанр публицистики.
20. СМИ и их аудитория.
21. Статья в современной газете. Статья о функционировании СМИ.
22. Ток-шоу, обозрение, комментарий (в газете, на радио и ТВ).
23. Информационные службы. Роль телеграфных агентств в СМИ.
24. Жанры аналитической публицистики.
25. Современное радиовещание Российской Федерации.
26. Современное радиовещание Российской Федерации.
27. Виды и интервью.
28. Заголовок в газете. Требования к заголовкам.
29. Очерк, эссе, кейс-история.
30. СМИ в избирательной компании.
31. Современные исследования СМИ.
32. Агентства. ИТАР-ТАСС и его деятельность.
33. Методы сбора информации в журналистике.
34. Реклама и СМИ.
35. Источники новостей. Характеристика периодического издания.
36. Именные и авторские статьи.
37. Мониторинг СМИ.
38. Информационный видеофильм.
39. Фельетон и памфлет.
40. Современное телевидение Российской Федерации.
41. Композиция газетного номера.
42. История формирования информационных служб в России.
43. Российское телеграфное агентство.
44. Журналистское расследование на телевидении.
45. Жанры художественной публицистики.
46. Статьи - виды и жанры.
47. Информационное агентство ИНТЕРФАКС
48. Интернет. Особенности информации.
49. Лексика современной газеты.

50. Информационные выпуски на телевидении.
51. Корреспондент, спецкор и репортер.
52. Заметка.
53. Репортаж в газете, на радио и ТВ. Его особенности.
54. Первая полоса ежедневной газеты.
55. СМИ и ветви государственной власти.
56. Жанры аналитической публицистики.
57. Еженедельники их особенности.
58. Этика и нормативные документы в журналистике.
59. Выступление как жанр публицистики.
60. Интервью и работа над ним.
61. Источники новостей. Характеристика периодического издания.
62. Новость и корреспонденция
63. Современное радиовещание Российской Федерации.
64. Жанры информационной публицистики.
65. Интервью как жанр и как метод сбора информации.
66. Процесс стереотипизации массового сознания в период перехода к рыночным отношениям и роль в нем СМИ.

**Таблица 9 – Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов**

| № п/п                                                                                                                                                           | Тип задания            | Формулировка задания                                                                                                                                                                           | Правильный ответ | Время выполнения (в минутах) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------------------|
| <b>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах).</b> |                        |                                                                                                                                                                                                |                  |                              |
| 1.                                                                                                                                                              | Задание закрытого типа | Пресс-релиз –<br>а. выпуск с подборками актуальных материалов различного типа, подготовленные пресс-службой<br>б. подборка материалов из других изданий<br>в. проблемная статья лента новостей | а                |                              |
| 2.                                                                                                                                                              |                        | Укажите свойство массовой информации.<br>а. Общеизвестность и общедоступность<br>б. Исходит лишь от профессиональных журналистов<br>в. Не ориентируется на широкую аудиторию                   | а                |                              |
| 3.                                                                                                                                                              |                        | Выпуск с подборками актуальных материалов различного вида, подготовленный пресс-службой – это:                                                                                                 | б                |                              |

| №<br>п/п | Тип<br>задания | Формулировка задания                                                                                                                                                                                                       | Правильный<br>ответ     | Время<br>выполнения<br>(в минутах) |
|----------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------------------|
|          |                | а. Сводка новостей<br>б. Пресс-релиз<br>в. Ревью                                                                                                                                                                           |                         |                                    |
| 4.       |                | Характер отношений текста<br>с действительностью (что и<br>как было отображено) –<br>это:<br>а. Семантика текста<br>б. Специфика текста<br>в. Архаика текста                                                               | а                       |                                    |
| 5.       |                | Статья Закона о СМИ,<br>согласно которой средства<br>массовой информации<br>обеспечивают<br>конституционное право<br>людей (общества) на<br>информацию.<br>а. 32<br>б. 12<br>в. 37<br>г. 38                                |                         |                                    |
| 6.       |                | Статьи Международного<br>пакта о гражданских и<br>политических правах (ООН,<br>1966), в которых говорится о<br>праве на свободу<br>информации и ограничениях<br>пользования этим правом<br>а. 10<br>б. 19<br>в. 8<br>г. 20 | б, г                    |                                    |
| 7.       |                | СМИ считается таковым,<br>если территориально зона его<br>регулярного действия<br>распространяется до<br>международных масштабов<br>региональное<br>а. транснациональное<br>б. федеральное<br>в. массовое                  | а                       |                                    |
| 8.       |                | 7. Соотнесите название<br>каждой группы<br>журналистских жанров и их                                                                                                                                                       | 1 – б<br>2 – в<br>3 – а |                                    |

| №<br>п/п | Тип<br>задания               | Формулировка задания                                                                                                                                                         | Правильный<br>ответ                                                                                                                                                                                                  | Время<br>выполнения<br>(в минутах) |
|----------|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
|          |                              | основную задачу<br>1.информационные жанры —<br><br>2. аналитические жанры —<br>3. художественно-<br>публицистические жанры<br>а. типизация<br>б. констатация<br>в. обобщение |                                                                                                                                                                                                                      |                                    |
| 9.       |                              | Языковые приметы<br>научного стиля:<br>а. строгость<br>б. образность<br>в. стандартизованность<br>г. логичность<br>д. использование терминов<br>е. экспрессивность           | а, в, г, д                                                                                                                                                                                                           |                                    |
| 10.      |                              | Что означает понятие<br>«лид» в журналистике?<br>а. Жизненный материал<br>произведения<br>б. Специфику стиля<br>в. Вступление к<br>основному повествованию                   | а                                                                                                                                                                                                                    |                                    |
| 11.      | Задание<br>открытого<br>типа | Как определяет документ<br>теория и практика массовой<br>информации?                                                                                                         | Документ —<br>1) официальная бумага;<br>2) любая семантическая<br>информация,<br>зафиксированная на<br>любом носителе.                                                                                               | 1                                  |
| 12.      |                              | Что такое информативность<br>текста?                                                                                                                                         | Информативность текста<br>— реализация его<br>информационного<br>потенциала при<br>контакте с аудиторией.<br>Информационная<br>насыщенность —<br>наличие в тексте<br>большого объема<br>потенциальной<br>информации. | 1                                  |
| 13.      |                              | Дайте определение понятию<br>«информированность»                                                                                                                             | Информированность —<br>такое состояние<br>сознания аудитории, при<br>котором каждый ее<br>субъект располагает                                                                                                        | 2                                  |

| №<br>п/п | Тип<br>задания | Формулировка задания                                             | Правильный<br>ответ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Время<br>выполнения<br>(в минутах) |
|----------|----------------|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
|          |                |                                                                  | необходимой и достаточной информацией, позволяющей верно ориентироваться в действительности.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                    |
| 14.      |                | Расскажите про информационные потребности целевой аудитории СМИ. | Информационные потребности следует рассматривать как потребности в сообщениях определенного содержания и формы, которые нужны людям для ориентации в окружающей действительности, уточнения сложившейся у них картины мира, для выбора линии поведения и решения проблемных ситуаций, для достижения внутреннего равновесия и согласованности с социальной средой. Без удовлетворения этих потребностей невозможна целенаправленная разумная деятельность человека. Поэтому степень развития информационных потребностей и их удовлетворения тесно связаны с социальной активностью человека. При этом необходимо различать понятия информационные потребности и тематические интересы аудитории. Потребности в информации социальны по своей природе и обусловлены в первую очередь содержанием, | 4                                  |

| №<br>п/п | Тип<br>задания | Формулировка задания                               | Правильный<br>ответ                                                                                                                                                                                                                                                    | Время<br>выполнения<br>(в минутах) |
|----------|----------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
|          |                |                                                    | структурой повседневной деятельности индивида, в том числе объективными характеристиками его профессиональной и общественной деятельности.                                                                                                                             |                                    |
| 15.      |                | Что такое релевантность?                           | Релевантность — свойство текста, ценность, значимость заключенных в нем сведений для аудитории.                                                                                                                                                                        | 1                                  |
| 16.      |                | Что входит в состав медиа-кита?                    | Медиа-кит — набор, комплект, пакет, специально подготовленный для представителей СМИ. Он может содержать бэкграундер, биографии, фото- и другие материалы.                                                                                                             | 1                                  |
| 17.      |                | Дайте определение термину «социальная ситуация»    | Социальная ситуация — определенное, повторяющееся на протяжении большого отрезка времени состояние отношений, сложившихся между членами коллектива, коллективами, социальными группами, слоями, странами и т. п.                                                       | 2                                  |
| 18.      |                | В чем заключается коммуникативная особенность СМИ? | Коммуникативная особенность СМИ заключается в том, что они не просто передают информацию от источника чисто технически, являясь массовым распространителем и только, но и придают любой информации необходимое соответствующее значение, фон, колорит, непосредственно | 4                                  |

| №<br>п/п | Тип<br>задания | Формулировка задания                                       | Правильный<br>ответ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Время<br>выполнения<br>(в минутах) |
|----------|----------------|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
|          |                |                                                            | участвуя в коммуникативном общении между источником и потребителем информации не как ее инициатор, а как преобразователь информационного потока в заданном векторе. Чаще всего эту заданность вектора определяет источник информации, но с усилением самостоятельности и могущества самих СМИ, этот вектор нередко определять способны они сами.                                                                                 |                                    |
| 19.      |                | Какие жанры преобладают сегодня в российской журналистике? | В современной российской журналистике заметно исключительное преобладание информационных жанров (информация, расширенная информация, отчет, репортаж, интервью) над всеми прочими. Очень немногие редакции СМИ, чаще всего относящиеся к солидным, элитным изданиям (преимущественно периодическим печатным) используют в своей работе аналитические и так называемые «олитературенные» жанры журналистики: статья, очерк, эссе. | 3                                  |
| 20.      |                | Расскажите про новое явление инфотеймента.                 | Инфотеймент – (infotainment – от сращения английских слов information и                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 1                                  |

| №<br>п/п                                                                                                                                                                                                                                | Тип<br>задания               | Формулировка задания                                                                                                                                                                                  | Правильный<br>ответ                                                                                                                             | Время<br>выполнения<br>(в минутах) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                         |                              |                                                                                                                                                                                                       | entertainment), в переводе – «информируй развлекаая», современный метод предъявления информации, предполагающий разыгрывание событий, новостей. |                                    |
| <i>ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</i> |                              |                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                 |                                    |
| 21.                                                                                                                                                                                                                                     | Задание<br>закрытого<br>типа | Языковые приметы официально-делового стиля:<br>а. регламентированность<br>б. образность<br>в. стандартизированность<br>г. безличность<br>д. экспрессивность<br>е. объективность<br>ж. эмоциональность | а, в, г, е                                                                                                                                      | 2                                  |
| 22.                                                                                                                                                                                                                                     |                              | Учение, наука о морали, нравственности как одной из форм общественного сознания<br>а. Этика<br>б. этикет<br>в. коммуникативистика                                                                     | а                                                                                                                                               | 2                                  |
| 23.                                                                                                                                                                                                                                     |                              | Первый журнал для женщин в России – это:<br>а. «Крестьянка»<br>б. «Работница и крестьянка»<br>в. «Женский вестник»                                                                                    | в                                                                                                                                               | 2                                  |
| 24.                                                                                                                                                                                                                                     |                              | Риторический вопрос –<br>а. вопрос, не требующий ответа<br>б. вопрос, содержащий в себе ответ<br>в. вопрос-восклицание                                                                                |                                                                                                                                                 | 2                                  |
| 25.                                                                                                                                                                                                                                     |                              | Объем рекламы в теле- и радиоэфире не должен превышать:<br>а. 30% объема вещания<br>б. 35% объема вещания<br>в. 20% объема вещания                                                                    | в                                                                                                                                               | 2                                  |

| №<br>п/п | Тип<br>задания | Формулировка задания                                                                                                                                                                                                                                                                               | Правильный<br>ответ | Время<br>выполнения<br>(в минутах) |
|----------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------------------------------------|
| 26.      |                | Разновидность статьи, в которой автор пытается приблизиться к истине, предложить варианты решения проблемы, дать оценку происходящему на основе столкновения мнений – своего и оппонента (оппонентов):<br>а. полемическая<br>б. общеисследовательская<br>в. передовая<br>г. практико-аналитическая | а                   | 2                                  |
| 27.      |                | Укажите основные отличительные черты газеты, которые выделяют ее среди прочих печатных изданий:<br>а. Актуальность, периодичность, публичность, универсальность<br>б. Тематическая направленность, периодичность, системность<br>в. Публичность, платность, хронологичность, универсальность       | а                   | 2                                  |
| 28.      |                | Желтая пресса – это:<br>а. Наиболее достоверная пресса<br>б. Тематические издания для отдельных слоев населения<br>в. Газеты, журналы и другие периодические издания, информация в которых основана на сплетнях и слухах                                                                           | в                   | 2                                  |
| 29.      |                | Эффектом присутствия, достоверности, сопереживания обладает:<br>а. Репортаж                                                                                                                                                                                                                        | а                   | 2                                  |

| №<br>п/п | Тип<br>задания         | Формулировка задания                                                                                                                                                                               | Правильный<br>ответ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Время<br>выполнения<br>(в минутах) |
|----------|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
|          |                        | б. Очерк<br>в. Интервью                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                    |
| 30.      |                        | Главный компонент любого жанра, вида и рода журналистской деятельности – это:<br>а. Объективный характер подачи информации<br>б. Литературная основа<br>в. Субъективный характер подачи информации | б                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 2                                  |
| 31.      | Задание открытого типа | Как определить понятие «аудитория» в теории и практике массовой информации?                                                                                                                        | Аудитория — субъект массового информационного процесса, совокупность индивидов, которые воспринимают обращенную к ним информацию, способны вырабатывать в своей среде "новое знание" и влиять на информационную политику СМИ.                                                                                                                                                                                                            | 2                                  |
| 32.      |                        | Что такое информационное пространство (поле)?                                                                                                                                                      | Информационное пространство (поле) - это пространство, которое охватывает тот или иной объем фактов реального мира. Термин единое информационное пространство (ЕИП) обычно используется по отношению к информационному пространству какого-либо региона или государства в целом. ЕИП в теории журналистики понимают возможность обеспечить каждого гражданина минимально полным спектром фактов и мнений, имеющихся в стране или регионе | 3                                  |
| 33.      |                        | Что такое драматизм                                                                                                                                                                                | Проявления драматизма                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 5                                  |

| №<br>п/п | Тип<br>задания | Формулировка задания  | Правильный<br>ответ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Время<br>выполнения<br>(в минутах) |
|----------|----------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
|          |                | повествования?        | <p>в тексте могут быть разнообразными:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация драматизма самой действительности, т. е. освещение в материале конфликтной ситуации. Конфликт - всегда интересен для потребителя;</li> <li>- демонстрация «поиска истины» или внутренний драматизм. Используя этот прием, автор показывает аудитории путь своей мысли при исследовании какой-либо проблемной ситуации. При этом информация усваивается полнее и надежнее;</li> <li>- диалогическая форма общения с аудиторией - использование обращений, вопросов от лица аудитории и ответов на них со стороны автора;</li> <li>- использование образа "адвоката дьявола", вымышленного оппонента автора, точку зрения которого он стремится опровергнуть.</li> </ul> |                                    |
| 34.      |                | Что такое «хедлайны»? | <p>В практике западной прессы широко распространены т.н. «хедлайны». «Хедлайн» предваряет материал, совмещая функции заголовка и лида. Он в максимально сжатой форме излагает суть публикации, набирается очень крупным шрифтом и может занимать до трети полосы.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 3                                  |

| №<br>п/п | Тип<br>задания | Формулировка задания                           | Правильный<br>ответ                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Время<br>выполнения<br>(в минутах) |
|----------|----------------|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| 35.      |                | Что входит в функции пресс-центров?            | В функции их сотрудников входит консультации работников СМИ, помощь в установлении контакта с подразделениями ведомства, снабжение СМИ информацией о деятельности своего ведомства, в том числе подготовка пресс-релизов, сбор и обработка материалов, касающихся сферы компетенции «хозяина» или затрагивающих его интересы. | 3                                  |
| 36.      |                | Как выглядит техническая часть инфраструктуры? | Техническую часть инфраструктуры составляют предприятия полиграфии, технические центры ТВ и радио, предприятия связи, организации, занимающиеся торговлей и распространением прессы, производители теле- и радиотехники, бумаги, оргтехники, технических средств для СМИ.                                                     | 3                                  |
| 37.      |                | Расскажите главную идею статьи 1 ФЗ о СМИ.     | В законе РФ "О СМИ" говорится: "В РФ поиск, получение производство и распространение массовой информации не подлежит ограничениям, за исключением предусмотренных законодательством РФ" (Статья 1).                                                                                                                           | 2                                  |
| 38.      |                | Расскажите главную идею статьи 32 ФЗ о СМИ.    | «Граждане имеют право на оперативное получение через СМИ достоверных сведений о деятельности государственных органов и организаций,                                                                                                                                                                                           | 2                                  |

| №<br>п/п | Тип<br>задания | Формулировка задания  | Правильный<br>ответ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Время<br>выполнения<br>(в минутах) |
|----------|----------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
|          |                |                       | общественных объединений и их должностных лиц" (Статья 32).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                    |
| 39.      |                | Что такое информация? | Информация —<br>1) сведения, представляющие собой объект передачи, хранения, переработки и воспроизведения;<br>2) информационные жанры;<br>3) вся совокупность сведений, которые несет журналистика аудитории.                                                                                                                                                                                                                                                                             | 2                                  |
| 40.      |                | Что такое фотомонтаж? | Фотомонтаж представляет собой комбинированную композицию из имеющихся снимков одного события. Фотокорреспондент соединяет в единый смысловой ряд отобранные снимки события или фрагменты снимков (некоторые детали), составляя некую фотомозаику, в целом укладывающуюся в разноплановую, но конкретно выражающую суть произошедшего события картину. Разумеется, событие можно проиллюстрировать с помощью натуральных снимков, но фотомонтаж в ряде случаев эффективнее такого варианта. | 3                                  |

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины (модуля), и в Центре мониторинга и аудита качества обучения.

**7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

**Таблица 10 – Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)**

| Максимальное количество баллов за работу в течение семестра: |                                             |                               |                                | 100 баллов          |
|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|
|                                                              | Контролируемые мероприятия                  | Баллы /Количество мероприятий | Максимальное количество баллов | Срок предоставления |
| <b>Основной блок</b>                                         |                                             |                               |                                |                     |
| Выступления на семинарских занятиях:                         |                                             |                               |                                |                     |
| 1.                                                           | Семинарские занятия                         | 3\6                           | 18                             | по расписанию       |
| 2.                                                           | Контрольная работа                          | 3\3                           | 9                              | по расписанию       |
| Контроль творческой самостоятельной работы                   |                                             |                               |                                |                     |
| 4.                                                           | Деловая игра                                | 8/2                           | 16                             | по расписанию       |
| 5.                                                           | Реферат                                     | 5/2                           | 10                             | по расписанию       |
| 6.                                                           | Тестирование                                | 2/9                           | 18                             |                     |
| 7.                                                           | Коллоквиум                                  | 9/1                           | 9                              |                     |
|                                                              | Итоговая форма отчетности-зачет (20 баллов) |                               | Итого: 80 баллов               | экзамен             |

| <b>Блок бонусов</b> |                                              |       |
|---------------------|----------------------------------------------|-------|
|                     | Показатель                                   | Баллы |
| 1.                  | Отсутствие пропусков лекций                  | +1    |
| 2.                  | Отсутствие пропусков семинарских занятий     | +1    |
| 3.                  | Участие с докладами на научных конференциях: |       |
|                     | внутривузовской                              | +1    |
|                     | городской                                    | +1    |
|                     | областной                                    | +2    |
|                     | Региональной                                 | +2    |
|                     | международной                                | +2    |

**Таблица 11 – Система штрафов (для одного занятия)**

|    | Показатель                                                          | Баллы |
|----|---------------------------------------------------------------------|-------|
| 1. | Опоздание (два и более)                                             | -2    |
| 2. | Не готов к занятию                                                  | -1    |
| 3. | Нарушение учебной дисциплины                                        | -2    |
| 4. | Пропуск лекций без уважительной причины (одно занятие)              | -1    |
| 5. | Пропуск семинарских занятий без уважительной причины (одно занятие) | -1    |
| 6. | Нарушение правил техники безопасности                               | -3    |

**Таблица 12 – Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)**

| Оценки по 4-балльной шкале |                            |         |
|----------------------------|----------------------------|---------|
| Сумма баллов               | Оценка по 4-балльной шкале |         |
| 90–100                     | 5 (отлично)                | Зачтено |
| 85–89                      | 4 (хорошо)                 |         |
| 75–84                      |                            |         |
| 70–74                      |                            |         |
| 65–69                      | 3 (удовлетворительно)      |         |

| Сумма баллов | Оценка по 4-балльной шкале |            |
|--------------|----------------------------|------------|
| 60–64        |                            |            |
| Ниже 60      | 2 (неудовлетворительно)    | Не зачтено |

## 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Основная литература:

- Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Л.С. Набокова, Е.А. Ноздренко, И.А. Набоков - Красноярск : СФУ, 2016. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785763834130.html>
- Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммунологии [Электронный ресурс] / Шарков Ф.И. - М. : Дашков и К, 2018. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394030659.html>

### б) Дополнительная литература:

- Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации. Учебник. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006.
- Гуревич С. М. Газета: Вчера, сегодня, завтра : учеб. пособие. — М.: Аспект Пресс, 2004.
- Информационная политика : учебник / под ред. В. Д. Попова. — М.: Изд-во РАГС, 2003.
- Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации. Учебник. – М.: Кнорус, 2009.
- Комаровский В. С. Государственная служба и СМИ. — Воронеж: Изд-во Е.А. Болховитникова, 2003.
- Образование СМИ. Культура и искусство : учебник. — СПб.: Барс, 2005.
- Олешко В. Ф. Журналистика как творчество : учеб. пособие. — М.: РИП-холдинг, 2003.
- Основы медиабизнеса: Учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартаковой. – М.: Аспект Пресс, 2009.
- Полукаров В. Л. Экономика телевидения и радиовещания : учеб. пособие. — М.: Дашков и К, 2004.
- Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Центр, 2004.
- Право на свободу слова: Роль СМИ в экономическом развитии / Ин-т Всемирного банка ; пер. с англ. — М.: Весь Мир, 2005.
- Радиожурналистика : учебник. 2-е изд. / под ред. А. А. Шереля. — М.: МГУ; Высшая школа, 2002.

Сметанина С. И. Литературное редактирование для журналистов и специалистов по связям с общественностью. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2003.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Фонд развития информационной политики <http://www.old.frip.ru/>
2. Профессиональный ПР-портал Советник.ру - <http://www.sovetnik.ru/>
3. Международный пресс-клуб - <http://www.pressclub.host.ru/>

### в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины (модуля)

| Учебный<br>год | Наименование ЭБС                                                                                         |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                | Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на платформе ЭБС |

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2020/2021 | <p>«Электронный Читальный зал – БиблиоТех».<br/> <a href="https://biblio.asu.edu.ru">https://biblio.asu.edu.ru</a></p> <p><i>Учетная запись образовательного портала АГУ</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|           | <p><b>Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента».</b> Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» является электронной библиотечной системой, предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Каталог в настоящее время содержит около 15000 наименований.</p> <p><a href="http://www.studentlibrary.ru">www.studentlibrary.ru</a>. <i>Регистрация с компьютеров АГУ</i></p> |

## 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные аудитории, библиотеки АГУ, компьютерные классы, мультимедийные аудитории.

Программное обеспечение: Microsoft Office, Microsoft PowerPoint

При необходимости рабочая программа дисциплины (модуля) может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для обучения с применением дистанционных образовательных технологий. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).