Аннотации рабочих программ

Магистратура по направлению подготовки 42.04.02 ЖурналистикаНаправленность (профиль) программы "Редакторская деятельность в сфере средств массовой информации"

Блок 1.Дисциплины (модули)

Обязательная часть

|  |
| --- |
| Б1.О.01 Модуль "Профессиональная коммуникация" |
| Б1.О.01.01 Информационные технологии в профессиональной деятельности   1. Информация и информационное общество   Становление информационного общества. Определения и признаки информационного общества. Эволюция развития понятия «информация». Роль информации в современном обществе. Специфика – система и структура – информационного пространства. Информационная индустрия и СМИ. Типология медиасистем. Понятие виртуальности. Общественное сознание и философия интернет-сообщества.   1. Техническое и программное обеспечение профессиональной деятельности журналиста   Современное аппаратное обеспечение работы журналиста: персональный компьютер, ноутбук? карманный компьютер, смартфон, мобильный телефон и др. Периферийные устройства ввода-вывода информации. Функциональные особенности устройств и практические аспекты применения в журналистской деятельности. Сопряжение устройств друг с другом. Виды программных средств, используемых в сфере СМИ. Программные средства для вёрстки печатных и Интернет-изданий. Программные средства для подготовки графических материалов в СМИ. Программные средства подготовки новостных выпусков на радио и телевидении. Программные средства для верстки программы передач на музыкальном радио.   1. Работа журналиста и вопросы информационной безопасности   Основные понятия информационной безопасности и потенциальные угрозы сохранности информации. Направления защиты информации. Виды угроз безопасности. Классификация компьютерных вирусов. Программные средства защиты информации. Блокирование доступа к Internet-ресурсам. Контроль работы журналиста в сети Internet. Пароли. Шифрование данных. Правила конфиденциальности и защиты от несанкционированного доступа к результатам исследований. Системы электронной подписи. Правовое регулирование распространения информации в Internet, компьютерная защита персональных данных и интеллектуальной собственности.   1. Технологии поиска профессиональной и научной информации   Средства поиска информации: каталоги и поисковые машины. Описание крупнейших поисковых систем и их сравнительные характеристики. Метапоисковые системы. Рубрикаторы (каталоги ресурсов). Использование списков рассылки. Преимущества списков рассылки. Опросные формы. Поиск научной информации в сети Internet. Электронные библиотеки. Феномен свободной энциклопедии «Википедия». Порталы и ресурсы, посвященные научным исследованиям СМИ и деятельности журналистов. Работа с результатами поиска. Легитимность и корректность использования научной информации, полученной в сети Интернет.   1. Технологии сбора и анализа информации   Работа с почтовыми рассылками, форумами и конференциями (newsgroups). Фильтры новостей. Основные поставщики новостного информационного контента. Взаимодействие с экспертами. Новостные архивы. Технология web 2.0. Социальные сетевые сервисы. Блоги и блогосфера. Работа с информацией, созданной пользователями сети (user-generated content). Работа с информацией. Анализ и оценка информации, Проверка информации. Правдивость, Точность, Обоснованность, Ресурсы, требующие повышенного внимания и контроля при работе с ними. Мультимедиа-контент. Источники мультимедиа-контента в сети Интернет. Аспекты использования мультимедиа-контента. Программное обеспечение для работы с мультимедиа-контентом.   1. Компьютерные технологии проведения опросов общественного мнения и статистического анализа данных научных исследований   Общественное мнение как социальный феномен. Функции общественного мнения. Методы изучения общественного мнения. Системы опросов общественного мнения CAPI (Computer Assisted Personal Interviewing), CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), TAPI (Tablet Assisted Personal Interviewing) и др. Программы анализа статистических данных. Программы для реализации контент-анализа.   1. Медиаметрия как направление использования компьютерных технологий в медиаисследованиях   Понятие медиаметрии. Автоматизированные измерения аудитории телевидения: сет-метрия, пиплметрия (активная и пассивная), методика RPD (Return Path Data). Автоматизированные измерения аудитории радио: аудиметрия, пассивная пиплметрия. Системы Radiocontrol Media Measurement Watch (RC MMW) и Arbitron PPM. Автоматизированные системы измерения аудитории Интернета: счётчики, фиксирующие посещение сайтов. Методики оценки реакции зрителей по отношению к контенту. |
| Б1.О.01.02 Практикум. Профессиональная коммуникация и деловое общение на русском и иностранном языках  **1. Общая характеристика делового общения. Научная лексика и грамматические аспекты перевода научных текстов.**  Общение, его функции и основные виды. Особенности делового общения. Виды делового общения по содержанию и цели общения. Формы делового общения. Особенности делового общения. Предмет науки «деловое общение». Объект науки «деловое общение». Цель делового общения. Особенности перевода научных текстов. Источники пополнения терминосистем. Сопоставление языков.  **2. Имидж как средство делового общения. Master’s programme, a second cycle of higher education**Слагаемые имиджа делового человека. Речевая культура. Правила хорошего тона. Внешняя привлекательность. Здоровый образ жизни. Культура одежды. Внешний вид как составная часть делового этикета. Эстетика одежды делового мужчины и деловой женщины. Рекомендации по формированию делового имиджа с точки зрения межличностных отношений. Идеологическая составляющая магистратуры. Научная составляющая магистерских программ.  **3. Методика установления контактов.** Team Building.Стратегия взаимодействия как способ объединения индивидуальных усилий людей в ходе совместной деятельности. Типы взаимодействий: кооперация и конкуренция.  **4. Ролевое поведение личности в общении (“Я”- образ, реальное “Я”, имидж “Я”)**. Модели личности в общении. Локус контроля. Организационная роль как идеальная модель поведения. Гендерные роли. Ролевая структура роли: формальная и неформальная. Экспектации. Групповое давление и конформное поведение. Санкции. Особенности группового общения. Создание команды. Роли в команде. Отличия команд от рабочих групп. Жизненный цикл команды. Конфликты в команде (организации) и управление ими.  Психологическое воздействие в деловом общении. Communication Skills.Современные психологические технологии делового общения. Нейролингвистическое программирование в деловом общении. Введение в коммуникацию. Раппорт. Тренировка чувственного восприятия. Модели и стратегии поведения. Определение цели. Якорение и конгруентность. Коммуникации, понятие, виды коммуникаций. Элементы в процессе обмена информацией. Этапы **процесса коммуникации** включает в себя следующие.  **5. Технологии делового общения. Public Speaking and Presentation Skill.**Специфика делового общения в разных отраслях экономики. Управление деловым общением, его сущность. Функции делового общения. Социально-психологические методы управления общением: заражение, внушение, подражание, убеждение, принуждение. Факторы, определяющие стиль общения. Виды делового общения: менторское, информационное, конфронтационное. Принципы делового общения. Подготовительный этап выступления. Создание публичной речи. Композиция публичной речи. Оратор и аудитория.  **6. Деловая беседа. Business Ethics.**Понятие «Деловая беседа». Культура речи. Функции деловой беседы: взаимное общение работников из одной деловой среды, обмен информацией, совместный поиск решений, овладение идеей, оперативная разработка проектов, поддержка деловых контактов, стимулирование деловой активности, контроль и координация проектов. Основные этапы деловой беседы: подготовка к беседе, начало беседы, аргументированное и обоснованное выдвижение идей, завершение беседы. Анализ цели, средств и приемов деловой беседы. Приемы начала беседы: прием снятия напряжения, прием «зацепки». Нормы этикета при ведении острого диалога, предъявлении претензий, критики. Момент завершения деловой беседы: беседа направлена к нужной цели; исчерпаны основные аргументы; даны ответы на поставленные в ходе беседы вопросы; установлен хороший контакт между собеседниками. Особенности профессиональной этики. Механизм действия и кодекс объективных признаков морали.  **7. Деловые переговоры. Business Correspondence.**Стратегия ведения переговоров Подготовительные мероприятия к переговорному процессу. Порядок проведения переговорного процесса. Техника и тактика ведения деловых переговоров. Формулировка целей и пределов перед началом переговорного процесса. Ведение переговоров в неблагоприятных ситуациях - контроль за эмоциями. Стили ведения деловых переговоров. Положение собеседника за столом. Различные типы поведения партнеров на переговорах. Когда и как завершать переговоры. Правило написания делового письма. Стиль изложения делового письма.  **8. Деловое совещание. Cross-Cultural Differences.**Подготовка к проведению делового совещания. Процесс проведения делового совещания. Выбор стиля проведения совещания. Организация и ведение дискуссий. Роль руководителя и рядового участника делового совещания. Завершение делового совещания. Проблема определения культуры, разные концептуальные подходы к её осмыслению. Теория культурных измерений Г. Хофстеде.  **9. Манипулятивные технологии и защита от них. You as a Manager. Leadership.**Понятие «манипуляция». Характеристики манипуляций как метода воздействия на партнера. Склонность к использованию манипуляций в общении. Группы людей, подверженных манипулятивному воздействию. Три группы уловок-манипуляций: организационно-процедурные манипуляции, психологические манипуляции, логические манипуляции. Правила нейтрализации манипуляции: отслеживание изменений ситуации, анализ механизмов манипулятивного воздействия. Способы нейтрализации манипулятивных уловок: открытое объявление о недопустимости использования манипуляций, разоблачение уловки, повторное напоминание о недопустимости использования уловок, информационный диалог, конструктивная критика, цивилизованная конфронтация, уловка на уловку. Задачи руководителя. Понятие лидерства. Поведение лидеров и его последователей. Организационная ситуация.  **10. Конфликты и пути их разрешения. Problem Solving.** Определение межличностных отношений. Факторы, влияющие на межличностные отношения. Понятие «гендер». Понятие «конфликт», «инцидент». Закономерности конфликта. Виды конфликтов. Причины конфликтов. Стили разрешения конфликтных ситуаций. Использование вербальных и невербальных средств общения; общение с коллегами в процессе профессиональной деятельности; систематизирование полученных знаний, оценка конфликтных ситуаций. |
| Б1.О.01.03 Современные теории массовой коммуникации  1. Современные теории массовой коммуникации как научная и учебная дисциплина  Диверсификация понятия коммуникация: универсальное, техническое, биологическое, социальное определения.  Коммуникативные аспекты различных научных дисциплин: гуманитарных (философия, психология, социология, лингвистика, семиотика, культурология), естественных (биология) и технических (кибернетика) наук. Интегративный характер теории коммуникации.  Аспекты теории социальной коммуникации: онтологический (связанный с сущностью объекта, факторами формирования объекта), гносеологический (связанный с обоснованием предмета исследования и формулировкой проблематики дисциплины), методологический (связанный со способами исследования объекта) и функциональный (связанный с использованием результатов исследования объекта).  Объект и предмет теории социальной коммуникации.  Законы коммуникации: закон возрастания коммуникативных потребностей людей; закон ускорения и увеличения объема информационного обмена; закон системной организации и упорядочения структур посредством коммуникации; закон устойчивого воспроизводства сложившихся коммуникативных связей в природе и закон расширенного воспроизводства коммуникативных связей в обществе.  Условия («законы») коммуникации: наличие не менее 2-х сторон-участников взаимодействия («закон двусторонности процесса»), знаковый характер взаимодействия («закон семиотичности»), наличие обратной связи («закон обратной связи»), наличие общего основания кодирования/декодирования («закон общности кода»), несовпадение информационных потенциалов взаимодействующих систем («закон гетерогенности коммуникативных систем»), наличие локуса функционирования («закон локализации»).  Категориальный аппарат теории социальной коммуникации: коммуникативная/речевая деятельность, коммуникация/общение, функции коммуникации, общение: коммуникация, интеракция, перцепция; информация, коммуникативное пространство, коммуникативное время.  Методы теории коммуникации: общенаучные (моделирование, системно-структурный подход, сравнительно-исторический метод) и частнонаучные (контент-анализ, интент-анализ, дискурс-анализ, метод социометрии и др.) методы.  Функции теории коммуникации: познавательная, методологическая, прогностическая, инструментальная.  2. Информация и информационная деятельность  Информация, различные подходы к толкованию: философский, физико-биологический, формально-математический, социологический. Виды информации: физическая, биологическая, социальная.  Социальная (социокультурная) информация. Семантическая (фактуальная и концептуальная) и эстетическая информация. Фундаментальная, структурная и оперативная информация. Классификация информации по степени мультиплицированности: индивидуальная, специальная, массовая. Социальный факт и социальный процесс как источники социальной информации. Способы передачи и использования социальной информации.  Понятие информационной деятельности. Избыточность и селективность информации. Асимметричные и симметричные способы оперирования информацией.  Усложнение информационного обмена в обществе. Традиционные и дистанционные способы информационной трансляции. Информационные факторы в современном обществе. Информационный бум. Определение информационного общества как определенной стадии развития цивилизации (Е. Масуда, Д. Белл, Э. Тоффлер).  Проблема информационной безопасности общества. Информационная война, ее технологии. Основные направления и методы обеспечения информационной безопасности общества и личности на современном этапе (информационной экологии).  3. Концепции и модели коммуникации  Проблемы коммуникации в науке XX-ХХ1 века. «Дискурсивный поворот» в исследовании коммуникации. Коммуникация и язык в механистической (технократической) и деятельностной (интеракционистской) научной парадигме. Информационно-кодовые (Г. Лассуэлл, К. Шеннон-У. Уивер, Н. Винер) и интеракционные модели коммуникации (Т. Ньюкомб, Э. Гоффман, Д. Шиффрин).  4. Коммуникация как процесс и структура  Коммуникативный процесс: проблемы производства, кодирования, распространения, приема, декодирования и использования информации. Рациональная (волевая, произвольная) и импульсивная (спонтанная, непроизвольная, помимовольная) коммуникация. Коммуникативная деятельность и поведение.  Основные элементы коммуникативной структуры: источник сообщения (адресант, отправитель, коммуникатор), получатель сообщения (адресат, респондент, аудитория), мотив (цель) взаимодействия, сообщение, канал, код (язык), контекст (коммуникативная ситуация), обратная связь, шум (барьер).  5. Средства коммуникации  Знаковость (семиотичность) социальной коммуникации. Ключевые понятия семиотики: знак, знаковая система, семиозис. Билатеральность знака. Теория асимметричного дуализма С.О. Карцевского. Значение и значимость. Значение и смысл. Произвольность/мотивированность знака. Оппозиционность знака. Кумулятивность знака. Принцип системной конгруэнтности знака. Семиотическая триада: синтактика, семантика, прагматика. Типология знаков в концепции Ч. Пирса-Ч. Морриса: иконы, индексы, символы. Знаковые системы в онтогенезе и филогенезе (концепция А. Соломоника). Гомогенные и синкретические знаковые системы.  Структурно-семиотический и постструктуральный подходы к анализу знаковых систем.  Принципы и понятия структурного анализа: оппозиция и дифференциация, инвариант и варианты, структура и доминанта, синхрония и диахрония. Принципы и понятия постструктурального подхода: преодоление принципа структурности, понятие поля и сети.  6. Виды коммуникации по семиотическому основанию  Невербальная коммуникация, ее сущность и функции. Подсистемы невербальной семиотики: паралингвистика (вокалика, звуковые коды коммуникации), кинесика (кинетические коды, жестовые и мимические языки), окулесика (язык глаз), гаптика (хаптика, такесика, тактильные языки), ольфакция (ольфактика, язык запахов), проксемика (пространственные коды), хронемика (хрономика; временные, темпоральные коды), системология (артефактика, предметные коды, язык вещей), эстетика (цвет, музыка). Сходства и различия вербальных и невербальных кодов.  Проблема выделения единиц невербалики. Феномен межкодовой неконгруэнтности (рассогласованности).  Концепция о невербальной утечке информации (П. Экманн, У. Фризен). Невербальные маркеры лжи и неискренности.  Социальная и национально-культурная специфика невербальной коммуникации. Молчание как феномен коммуникации и культуры. Прагматическая направленность анализа невербальных систем.  Вербальная коммуникация. Место естественного (вербального) языка среди других знаковых систем. Дихотомия язык/речь. Единицы языка/речи. Речевое общение как способ коммуникации. Речевой акт и коммуникативный акт.  Теория речевых актов. Речевой акт (речевое действие) и речевое поведение. Трехуровневость речевого акта: локуция, иллокуция, перлокуция. Типология речевых актов по их целенаправленности (классический и усложненный варианты).  Прямые и косвенные (непрямые) речевые акты. Понятие речевой импликатуры. Высказывание, текст и дискурс.  Креолизованные (поликодовые) тексты.  7. Субъекты коммуникации  Субъекты коммуникации: адресант (говорящий/пишущий, передающая инстанция, генератор информации, продуциент, отправитель) и адресат (слушающий/читающий, принимающая инстанция, «потребитель» информации, воспринимающий, реципиент, получатель, реагент).  Адресант, его коммуникативные функции: инициация и идентификация коммуникативного акта. Ошибки идентификации (нерелевантность коммуникативного акта): неуместность (нарушение пространственных условий коммуникации – неуместность места), несвоевременность (нарушение временны´х условий коммуникации – неуместность во времени), дисбалансированность (нарушение баланса адресации – неуместность адресации), дезориентированность (неуместность информации) коммуникативного акта.  Адресат, его коммуникативные функции: активное участие в структурировании коммуникативного акта, воздействие на речевую ситуацию. Типичные коммуникативные стратегии адресата в  а) неожидаемых коммуникативных актах,  б) ожидаемых коммуникативных актах.  Аудитория, ее виды. Характеристики массовой и специализированной аудитории как приемника информации. Отбор информации для аудитории с учетом ее актуальности, коммуникативных норм и правил, социальной, профессиональной и иной ориентированности аудитории. Целевая аудитория.  Понятие интеракции. Проблема понимания и множественности интерпретаций.  Коммуникативный акт – минимальная единица взаимодействия субъектов коммуникации (диалогическое единство). Коммуникативная установка, коммуникативное намерение (интенция), коммуникативная цель.  Коммуникативная стратегия и тактика, их составляющие.  Языковая личность: лингво-психологическая сущность. Модель языковой личности Ю.Н. Караулова: вербально-семантический (лексикон), когнитивный (тезаурус) и мотивационный (прагматикон) уровни.  Национально-культурный, социальный и психологический факторы формирования языковой личности. «Портрет» языковой личности: лингво-психологические доминанты. Национальная языковая личность: русская языковая личность.  Коммуникативная личность. Модель коммуникативной личности: мотивационный, когнитивный, функциональный уровни. Коммуникация и индивидуальные психологические особенности человека. Коммуникабельность, харизматичность, способность к кооперации в речевом поведении как индивидуальные параметры коммуникативной личности. Типы коммуникантов по способности к кооперации в речевом поведении: конфликтный, центрированный, кооперативный. Коммуникативные стили.  Языковая и коммуникативная компетенции. Языковые и коммуникативные качества речи как одно из условий оптимального взаимодействия: целесообразность, богатство речи, правильность, точность, чистота, логичность, выразительность, красота, уместность. «Идеальный» коммуникатор: к вопросу о национальном риторическом идеале. |
| Б1.О.02 Модуль "Общепрофессиональная подготовка" |
| Б1.О.02.01 Журналистика как социокультурный феномен  1. Характеристика социокультурной реальности  Специфика социокультурной реальности, ее статика и динамика. Теория социокультурный явлений и процессов П.Л.Сорокина. Сферы социокультурной реальности. Роль духовной сферы в жизни общества, ее влияние на социум. Структурно-функциональные зависимости сфер общественной жизни. Проблемы социальной регуляции. Способы регулятивного воздействия социума на личность.  2. Сущность массовой коммуникации  Социальная сущность массовой коммуникации. Условия омассовления социальной жизни. Формирование массового общества и средств массовой коммуникации. Социальные функции массовой коммуникации, ее возможности и дисфункции. Формирование общественного мнения прессой т его отражение в СМИ. Сущность концепции «СМИ как четвертая власть».  3. Роль СМИ в конструировании социальной реальности  Проблема отражения социальной реальности средствами массовой информации. Способы воссоздания и презентации социокультурной реальности. Проблемы искажения действительности: тенденциозность и ангажированность прессы. Объективные и субъективные факторы искажения реальности СМИ.  4. Манипулятивные воздействия масс-медиа на общество. Мифотворческая функция СМИ  Понятия «манипуляция», «социальное манипулирование», «манипуляция сознанием». Субъект, объект и цель манипулятивных воздействий СМИ на аудиторию. Особенности современных мифов. Политическая и социальная мифология. Приемы и методы создания мифической псевдореальности посредством СМИ.  5. Взаимодействие экономики и СМИ.  Культура, коммуникация и политическая экономия. Дж. Уэбстер о теории информационного капитализма. Проблема экономических зависимостей СМИ, их влияния на свободу журналистской деятельности. Обратное влияние СМИ на экономику. Функциональная значимость деловой прессы. Специфика деловых изданий.  Социальная сфера жизни общества и СМИ. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное массовое действие. Социальная проблематика в СМИ: особенности освещения ее. Понятие «пресса третьего сектора». Проблема «гражданской журналистики». Роль СМИ в формировании гражданского общества. Медиа и демократия. Взаимовлияние СМИ и политики.  Проблема взаимоотношений СМИ и власти. Модели взаимодействия СМИ и правительства. Идеи работы Ф. Сиберта, У. Шрамма и Т. Питерсона «Четыре теории прессы». Авторитарная модель прессы. Либертарианская модель прессы. Теория социальной ответственности прессы. Роль прессы в формировании имиджа политического деятеля.  6. СМИ и духовно-идеологическая сфера социума.  Понятие идеологии. Роль СМИ в обосновании и легитимации идеологий. Проблема идеологической ангажированности СМИ. Роль СМИ в установлении и поддержании социальной гегемонии и социального доминирования. Культурно-идеологические транснациональные практики. Культуротворческая функция СМИ. Роль СМИ в трансляции массовой культуры.  7. Роль СМИ в становлении постиндустриализма и в процессах глобализации.  Понятие глобализации. СМИ как агенты культурной глобализации. Глобализм и антиглобализм в эпоху формирования информационного общества. Роль телевидения и Интернета в формировании постиндустриального общества. Концептуальное обоснование роли СМИ в становлении и развитии «информационного», «массово-коммуникационного» общества современности. |
| Б1.О.02.02 Деонтология журналистики  1. Формирование и эволюция феномена «этика журналиста».  Понятие деонтологии журналистики и профессиональной этики журналиста, история их формирования в мировой и отечественной философии и практики. Эволюция профессиональной морали журналиста. Этические кодексы журналистов и фотографов западных средств массовой информации. Попытки формирования аналогичных сводов этических норм в отечественной практике. Культ информации в современном мире.  2. Социальные, психологические и философские аспекты деонтологии журналистики  Правомерность выделения профессиональной этики журналиста из конъюнктуры общечеловеческой морали. Психологические и социальные коллизии профессиональной этики. Взгляд известных журналистов на данную проблему. Границы самоотверженности журналиста. Импатийность журналиста. Читательское видение профессии журналиста, социальные ожидания, связанные со средствами массовой информации вообще и с журналистами, в частности. Образ журналиста в сознании читателей и зрителей.  3. Этические практики журналиста.  Формирование профессиональной позиции журналиста. Объективность как необходимая, но недостижимая составляющая профессиональной этики журналиста. Истина в журналистике. Границы гласности. Этические нормы работы с источниками информации. Этика фотокорреспондента и видеооператора. Этика редактора. Этика использования фото - и видеоматериалов, текстов пресс-релизов и материалов других изданий. Этика профессионального поведения журналистов. Дресс-код. Особенности профессиональной морали внутри «цеха» и вне его. Несовпадение норм журналистской морали с реальными практиками журналистского профессионального поведения.  4. Деформация деонтологии журналистики в эпоху глобализации.  «Классическая» этика журналиста в эпоху Интернета. Этические аспекты существования блогосферы и гражданской журналистики. Психология поведения независимых сетевых информантов. Этические аспекты использования информации, полученной из форумов и социальных сетей. Практики реагирования на комментарии интернет-пользователей, поступающие в адрес журналиста или редакции. Корпоративная этика интернет-изданий. Практики публикации в сети фото - и видеоматериалов, нарушающих нормы человеческой морали. Профессиональная этика как средство отстройки от гражданской журналистики.  5. Профессионально-этические ценности журналистского сообщества  От принципов «персонального журнализма» – до этикета информационного общества (нормативное регулирование и кодификация журналистской деятельности).  Мораль и нравственность журналиста: ответственность – миссия – долг или «работа на дядю, который платит» (А. Волин)? Технологический [детерминизм](http://pandia.ru/text/category/determinizm/), медиакратия, ценностное оформление потребностей: свобода и ответственность современного журналиста. «Жить в обществе и быть свободным от общества…»? Анализ идеологии проекта сайта «Медуза» Г. Тимченко (бывшего шеф-редактора сайта [www.](http://www.) lenta. ru Галины Тимченко). Источник – сайт [www.](http://www.) colta. ru (раздел «Медиа» – интервью с Г. Тимченко под заголовком «Медуза» вызывает раздражение у всех»).  6. Массмедиа, инновационная журналистика и реестр «долженствования» журналиста  «Гражданская», «коммунитарная», «гуманитарная», «журналистика соучастия» и журналист как «модератор диалога» (краудсорсинг, краудфандинг, paywall… ).  Онлайн-социальность, поколение СИ («Connected Collective Consumer) и дауншифтинг по-журналистски: тренды и тупики профессиональной самореализации.  «Долг патриота VS долг журналиста?». Анализ позиций журналистов, высказанных в цикле интервью «Военные репортеры о том, как работается на украинском фронте и в чём миссия журналиста на войне». Источник – сайт [www.](http://www.) colta. ru (раздел «Медиа») – от 01.01.01 г, [3 июня](http://pandia.ru/text/category/3_iyunya/) 2014 года (раздел «Медиа»). |
| Б1.О.02.03 Медиаэкономика  1. Основные понятия медиаэкономики и структура рынка масс-медиа.  Специфика рынка СМИ (как сдвоенного рынка товаров и услуг). Рынок товаров СМИ. Товар СМИ. Географический рынок СМИ. Аудитория в медиапланировании. Анализ аудитории по категориям. Типы рыночных структур в медиаиндустрии. Рыночные стратегии предприятий СМИ. Издержки в медиаиндустрии. Ценовая политика: особенности формирования.  2. Экономические особенности печатных СМИ.  Газетная индустрия в информационно богатых странах. Основные этапы развития газетной индустрии. Экономические особенности газетной индустрии. Типы рыночных структур на газетном рынке. Ценовая конкуренция в газетной индустрии. Современные тенденции развития газетного рынка. Экономические особенности журнальной индустрии. Национальные особенности современных рынков прессы.  3. Экономика телевидения.  Модели организации телевизионной индустрии. Аудиовизуальный сектор в медиаиндустрии. Технологии распространения телесигнала. Экономические особенности телеиндустрии. Источники доходов в телевизионной индустрии. Стратегии конкурентоспособного программирования. Экономические и организационные особенности телесетей. Производство телепрограмм как сектор индустрии. Коммерческое и общественное ТВ на современном медиарынке. Коммерческие телеканалы на медиарынках развитых стран. Финансирование и организация общественного телевещания. Модели общественного вещания в развитых странах.  4. Экономика радио- и кабельной индустрии.  Экономические особенности радиоиндустрии. Радио – самое доступное СМИ. Эволюция рыночной стратегии радиовещания. Основные форматы современных коммерческих радиостанций. Экономика кабельной индустрии. Организация кабельной индустрии. Ценовая структура кабельной индустрии  5. Экономика, медиконвергенция и новые медиа  Конвергенция как фактор преобразования медиасистем. Экономические преимущества  Интернета перед традиционными СМИ. Бизнес-модели онлайновых СМИ. Источники доходов онлайновых СМИ.  6. Медиаэкономика в современном обществе. Медиаиндустрии и европеизация: конвергенция и(или) дивергенция  Основные теоретики информационного и постиндустриального общества. Каковы достоинства и недостатки их теорий? Какие существуют альтернативные модели развития медиаэкономики? В чем заключается суть политики европеизации в отношении медиарынков? В какой степени и в каких формах соотносятся между собой идея европеизации и процессы медиаконвергенции? |
| Б1.О.02.04 Современный медиатекст  1. СМИ как сфера функционирования медиатекста. Медиатекст как особый тип текста. СМИ как сфера функционирования медиатекста. Роль СМИ в формировании картины мира современного человека. Средства СМИ. Жанры, в которых используется медиатекст.  2. Объект теории текста. Текст как законченное информационное и структурное целое. Прагматика текста (медиатекста). Текст как продукт речемыслительной деятельности, как коммуникативная единица высшего уровня, законченное информационное и структурное целое. Многоаспектность изучения текста. Вербальные и невербальные средства выражения значения в тексте. Блок информации (видео- и аудиоряд в СМИ). Прагматика текста. Особенности прагматики медиатекста. Восприятие текста. Восприятие медиатекста.  3. Цельность и связность как главные качества текста. Единицы текста. Единицы медиатекста. Текст как речевое произведение, обладающее качествами целостности и связности. Соответствие структуры текста теме, выражаемой информации, условиям общения, задачам и избранному стилю изложения. Единицы текста. Компоненты высказывания — тема и рема (данное и новое). Лингвистические механизмы образования текста. Тема-рематические последовательности  и их разновидности. Абзац и сложное синтаксическое целое. Виды классического абзаца и его функции. Структурная связность текста, средства структурной связи. Скачки в последовательностях и их роль в передаче новой информации. Нарушение связанности как эстетический прием. Семантическая цельность текста. Ключевые слова и виды повторной номинации.  4. Типы текстов. Виды информации и функционально-смысловые типы речи (изложения). Понятие о типе текста. О различных классификациях типов текстов. Информационные характеристики текста. Виды информации и функционально-смысловые типы изложения: (описание, повествование, рассуждение, определение и объявление).  5. Типы текста. Жанровые разновидности медиатекстов. Тексты официальные, специальные, научно-популярные, публицистиче­ские, художественные; справочные, инструктивные. Разновидности текстов по их стилевой ориентации. Особенности новостных, аналитических, рекламных и других медиатекстов в зависимости от средства распространения (информационного канала).  Типы СМИ в системе их жанров и стилей/подстилей.  6. Сверхтект и его типы. Медиатекст как сверхтекст. Понятие о сверхтексте в научной литературе. «Текст в тексте» (интертекстуальность). Типы сверхтекста: жесткий и нежесткий по структуре; битекст. Сверхтекст газеты и журнального издания. Сверхтекст радио- и телевизионной передачи  7. Гипертекст как тип медиатекста. Понятие гипертекста. Его признаки. История создания гипертекста. Медиатекст как часть гипертекста (СМИ в Интернете).  8. Информационная сторона медиатекста. Прагматическая информация в тексте. Избыточная и свернутая информация. Понятие напряженного /ненапряженного текста. Способы создания напряженного текста. Снятие напряженности. Интенсивный и экстенсивный пути повышения информативности текста. Способы компрессии информации. Асимметричность языкового знака как основа компрессии плана выражения; способы компрессии информации  9. Текст и его автор. Автор. Формы представления авторства: личностная, личностно-безличностная, безличностная. Понятие авторской интенции, мера субъективного в тексте тележурналиста. Прагматическая установка текста и прагматическая установка автора. Образ автора как двунаправленный феномен. Тип автора в медиатексте. Способы презентации особенностей языковой личности автора в медиатексте.  10. Стилевые характеристики медиатекста. Стиль – свойство плана выражения и средство плана содержания, реали­зации мотива появления идеи. Индивидуальный идиостиль как воплощение авторской идеи. Соотношение понятий образа автора и образа стиля. Способы проявления в стиле текста языковой личности автора. |
| Б1.О.02.05 Современные проблемы развития общества.  1. Основные проблемы глобализации.  Рост числа акторов на международной арене. Проблема роли мини-государств, непризнанных и «неудавшихся» государств, «наций без государств», межгосударственных объединений, МПО и НПО, ТНК и транснациональных интересов в мировой политике. Сравнительная характеристика основных интеграционных зон, государственных центров силы и основные тенденции их взаимодействия.  **2. Проблемы влияние НТР на перестройку политической структуры мира**. Научно-технический потенциал основных центров силы и формирование глобального технологического пространства. Современная роль и принципы международной торговли, разделения труда и деятельности основных финансовых институтов. Активное и пассивное участие в глобализации.  **3. Проблема управляемости процессами глобализации и ее отрицательные аспекты**. Основные концепции глобализации, интеграции, регионализации и неравномерности мирового развития. Демократизация как тенденция мирового развития и фактор миросистемных сдвигов. Концепция «расширения демократии». Несоответствие «реальной демократизации» либерально-демократическим стандартам. Общемировые и региональные аспекты и последствия демократизации для международной стабильности. Крушение биполярной системы и проблема формирования новой системы МО. Дискуссия о сильных и слабых сторонах многополярных, биполярных и однополярных структур. Основные сценарии формирования новой модели мира («раскола мира и хаоса» С.Хантингтона, И.Валлерстайна, В.Л.Иноземцева; формирования «однородной политической структуры» мира Ф.Фукуямы; «сетевой модели» мира Дж.Розенау) - их сильные и слабые стороны.  4. **Демографические ограничители развития.** Экологические ограничители развития: экологическая динамика, взаимодействие и стратегия. Технократическая модель развития и проблема ресурсов. Природоохранные аспекты международной безопасности. Понятие и концепция «устойчивого развития». Глобальная асимметрия «Север-Юг» в мировой экономике, международных отношениях и мировой политике: пути преодоления раскола мира. Проблемы международной и национальной безопасности в эпоху глобализации. Противоречия процесса принятия решений по вопросам безопасности. Новые концепции безопасности и представления об источниках угроз безопасности. Проблема распространения ОМУ и ОМП.  5. **Гуманизация международных отношений и мировой политики**. Правовое измерение современного мира (проблема прав человека, гуманитарной интервенции). Социокультурные аспекты мировой политики, роль образования. Изменение роли идеологического фактора. Национализм и религия в роли идеологии. Этнополитические и этносоциальные проблемы. Нации и государства: конфликт идентичностей. «Самоопределение наций» как потенциал конфликтности в мировой политике. Сепаратизм и интеграция в мировой политике. Концепции ««культурно-национальной автономии» и «культурного плюрализма». Влияние внешних факторов и новых материально-технических условий на формирование сепаратизма и терроризма. Политические аспекты глобальных миграций.  6. Проблемы регулирования международных отношений и мировой политики Национальное и наднациональное в мировой политике, геополитика и геоэкономика. Динамическая стабильность в мировой политике, конфликт как инструмент стабильности в мировой политикеПонятие и структура современного Запада. США как лидер Запада, цели их внешней политики и особенности ее формирования. Внутризападные отношения. Запад и незападные секторы международной политики. Трактовка преимуществ, издержек и перспектив американского лидерства. Проблемы межгосударственного взаимодействия, эффективности межправительственных международных организаций, сотрудничества государственных и негосударственных акторов в решении международных проблем. Международные центры по выработке аналитических рекомендаций.  7. Тенденции международной безопасности в современном мире.  Содержание понятия «международная безопасность». Доктрины национальной безопасности отдельных государств. Модели международной безопасности. Проблемы разоружения и ограничения обычных вооружений. Ядерное оружие и перспективы ядерного разоружения. Экономические аспекты международной безопасности. Глобальный и региональный подход к проблеме международной безопасности.  Основные стадии развития международного конфликта. Международный политический кризис как особая фаза в развитии международного конфликта. Международные конфликты в истории международных отношений. Международные конфликты современности. Распад СССР и конфликты на постсоветском геополитическом пространстве. Теоретические проблемы урегулирования и предотвращения международных конфликтов и практика современных международных отношений. Право и сила в международных отношениях. Мораль и право в международных отношениях. Политические нормы в международных отношениях. Международное право как согласование воли государств. Субъекты международного права. Международно-правовые санкции. Международно-правовые основы регулирования отдельных видов международных отношений. Международно-правовые аспекты внешнеполитической деятельности.  8. Геополитическое положение современной России.  Национально-государственные интересы России. Экономические интересы России и их отражение во внешней политике. Современный внешнеполитический механизм России. Россия и бывшие республики СССР. Россия и европейские страны. Россия и США. Россия и Япония. Россия и развивающиеся страны. Внутриполитическая борьба в России и российская внешняя политика. Восточная Европа и НАТО. Восточная Европа и ЕЭС. Восточная Европа и Россия. Межнациональные конфликты в Восточной Европе и международные отношения. Восточная Европа и европейская интеграция. |

К.М.Комплексные модули

|  |
| --- |
| К.М.01 Модуль "Методология исследования" |
| К.М.01.01 Методология научного исследования  1. Сущность и содержание методологии научного исследования  Понятие о методологии как о системе принципов и способов организации, построения теоретической и практической деятельности. Науковедческие основания методологии науки. Критерии научности знания. Теоретические и эмпирические исследования, их взаимосвязь. Фундаментальное и прикладное исследование. Формы организации научного знания. Понятие «факт» и его интерпретация. Функции фактов в исследовании. Гипотеза как форма научного знания. Виды гипотез, основные требования к научной гипотезе. Формальные признаки «хорошей» гипотезы. Понятия «положение», «аксиома», «понятие», «категория», «термин», «принцип», «закон», «теория», «доктрина», «парадигма». Научная деятельность и её типы. Коллективная и индивидуальная научная деятельность. Особенности индивидуальной научной деятельности. Особенности коллективной научной деятельности.  Научная проблема и подходы к её постановке. Стратегия и тактика научного исследования. Фазы исследования: характеристика и содержание. Фаза проектирования исследования. Методологический замысел и творческое ядро исследования. Выявление и определение противоречия. Проблемная ситуация: подходы к описанию. Проблема исследования. Анализ результатов научных исследований (разработанность проблемы в науке), фокусировка новизны. Объект и предмет исследования — общее и особенное. Тема исследования. Факторы выбора темы. Информационное обеспечение темы исследования. Диагностика «качества» темы исследования. Проведение обоснования актуальности темы исследования. Цель исследования. Критерии достижения цели. Критерии оценки результатов теоретического исследования. Критерии оценки результатов эмпирического исследования. Гипотеза исследования. Формулировка гипотезы. Задачи исследования. Связь задач и гипотезы исследования. Технологическая фаза исследования. Роль и возможности современных информационных технологий на различных этапах исследования. Методические требования к выводам научного исследования. Формулировка выводов и оценка полученных результатов. Необходимость апробации научных результатов. Представление результатов исследования. Письменные форм представления: реферат, доклад, отчёт, статья, методическое пособие, брошюра, книга, монография, тезисы. Язык и стиль научной работы. Стилистические особенности научного языка. Ясность, краткость научного изложения материалов работы.  2. Средства и методы научного исследования  Средства исследования: материальные, информационные, математические, логические. Классификация и характеристика методов исследования. Классификация методов научного познания. Сущность теоретического и эмпирического методов научного познания. Сущность, роль, состав и содержание общенаучных методов познания. Сущность, содержание и роль конкретно-научных (частных) методов познания. Общенаучные логические методы и приёмы познания (анализ, синтез, абстрагирование, идеализация, обобщение, индукция, дедукция, аналогия, систематизация, обобщение и др.). Системный анализ. Моделирование. Эксперимент. Психологические и социологические методы исследования. Роль и значение психологического и социологического инструментария в исследованиях. Тестирование и требования к проведению тестирования. Специфика анкетирования, интервью, беседы и группового опроса. Наблюдение и его исследовательские возможности. Метод анализа результатов деятельности. Проблемы интерпретации полученных результатов. Методы, основанные на применении знаний и интуиции специалистов: методы коллективных экспертных оценок, методы индивидуальных экспертных оценок.  3. Управление научно-исследовательскими работами в вузе  Организация исследовательских работ различного типа и вида в образовательном учреждении. Уровни организации исследовательских работ. Коммуникации с научными фондами, правила заявки на исследовательский грант. Организация коллективного исследования. Субъекты исследовательской деятельности. Руководитель исследовательских работ. Возможности научного творчества в профессиональном, интеллектуальном и общекультурном развитии практического работника образовании, способностей осуществления профессионального и личностного самообразования, проектирования образовательного маршрута и профессиональной карьеры. Индивидуальные креативные способности, качества и черты педагога-исследователя: диагностика и использование для решения исследовательских задач. Возможности командного подхода, индивидуальных и групповых технологий принятия решений при организации и реализации коллективной и индивидуальной опытно-экспериментальной работы. Критерии и показатели оценки качества научного исследования. Критерии результативности научного исследования: научная новизна, практическая значимость, теоретическая значимость. Разработки предложений по результатам научного исследования. Понятие эффективности научного исследования. Принципы обеспечения эффективности научного исследования.  4. Выбор темы научного исследования. Структура научного исследования  Соответствие темы исследования научным интересам аспиранта, научному направлению (паспорту специальности). Актуальность темы исследования, ее основные маркеры. Научная аргументация необходимости исследования избранной темы. Степень научной разработанности проблемы. Знакомство с историей вопроса, с отечественной и зарубежной литературой по теме. Систематизация исследований по избранной теме по проблемному принципу. Объект и предмет исследования. Соотнесение объекта, предмета, темы и цели исследования. Формирование проблемного поля исследования. Цель, задачи и гипотезы исследования. Иерархия цели и задач. Формирование программы исследования. Соответствие структуры исследования ее цели и задачам. Методология исследования. Проблема выбора адекватной поставленной цели и задачам исследовательской парадигмы. Теоретическая и эмпирическая основа работы. Научная новизна исследования. Значимость элементов научной новизны. Определение авторского вклада в изучаемую проблему посредством выявления теоретической и практической значимости работы.  5. Принципы этики научного исследования  Этика научного исследования. Роль научного руководителя в исследовании. Научная добросовестность исследователя и проблема плагиата. Основные принципы работы с научной литературой. Соответствие используемой литературы избранному ракурсу работы. Навыки и приемы реферирования научной литературы. Отличие авторской позиции от реферативного изложения. Принципы научного цитирования. Культура цитирования. Формирование навыков письменной научной речи. Индексы научного цитирования. Использование литературы на иностранных языках. Специфика работы с электронными носителями информации. Проверка авторского текста в системе «Антиплагиат».  6. Методы гуманитарных наук  Разработка методики теоретического и экспериментального исследования. Теоретические модели исследования. Модели исследования. Математические и статистические модели. Процесс моделирования на ЭВМ. Методология эксперимента. Разработка плана программы эксперимента. Экспериментальные исследования. Планирование эксперимента. Проведение экспериментальных исследований. Точность измерений. Средства измерений. Обработка результатов эксперимента. Основы теории ошибок и методов оценки случайных погрешностей в измерениях.  7. Методология диссертационного исследования  Необходимость апробации основных результатов научного исследования. Обсуждение научной проблемы со специалистами.  Современные возможности для публикации научных работ. Выступление на научно-практических конференциях и семинарах. Значимость научной дискуссии при выработке авторской позиции.  Подготовка тезисов и статей. Специфика изложения научного текста в форме тезисов, статей и выступлений. Электронные публикации.  Перечень рецензируемых журналов. Рецензируемые журналы в области педагогических наук. Принципы подготовки статьи в рецензируемые журналы и основные требования к публикации.  Основные принципы построения научного доклада. Принцип простоты подачи материала: от общего к частному. Роль иллюстративного материала.  Электронные библиотеки. Основные научные электронные библиотеки. eLIBRARY.RU как крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций. Принципы регистрации в электронной библиотеки и ее возможности.  Российский индекс научного цитирования (РИНЦ) как инструмент измерения и анализа публикационной активности ученых и организаций. РИНЦ как библиографическая база данных научных публикаций российских учёных. Аналитический инструментарий ScienceIndex. |
| К.М.01.02 Профессионально-творческое саморазвитие личности  1. Саморазвитие личности: теоретико-методологические основы  Понятие о личности в психологии. Личность и профессия человека. Эмоции и чувства, их роль в профессиональной деятельности человека. Волевая регуляция поведения человека. Самооценка и уровень притязаний. Понятие направленности личности. Общие и специальные способности. Учет особенностей личности при выборе профессии. Этапы профессионального становления личности: оптация, профессиональная подготовка, профессиональная адаптация, профессиональное мастерство. Профессиональная пригодности и непригодность. Постановка жизненных и профессиональных целей. Саморазвитие как результат профессионального творчества. Структура профессионального самосознания: сознание своей принадлежности к определенной профессиональной общности; знание, мнение о степени своего соответствия профессиональным эталонам; знание человека о степени его признания в профессиональной группе; знание о своих сильных и слабых сторонах, путях самосовершенствования, вероятных зонах успехов и неудач; представление о себе и своей работе в будущем. Характеристики профессионального саморазвития (А.К.Маркова): профессиональное самосознание, принятие себя как профессионала; постоянное самоопределение; саморазвитие профессиональных способностей, самопроектирование. Стадии профессионального развития Д.Сьюпера (пробуждение, исследование, консолидация, сохранение, спад).  2. Технологии интеллектуально-личностного саморазвития  Понятие «интеллектуальное саморазвитие». Показатели (мотивационный, когнитивный, деятельностный) и свойства интеллектуального саморазвития (системность, непрерывность, самость, рефлексивная направленность). Понятие «технология» и виды технологий саморазвития. Компоненты интеллектуально-личностного саморазвития: постановка и осознание цели, мыслительные операции и действия, интеллектуальные умения, интегрируемые в качество личности. Основные технологии интеллектуальноличностного саморазвития: самовоспитание, самоконтроль, рефлексия.  3. Профессиональная жизнь человека – предмет психологического познания  Профессиональная судьба человека и факторы (субъективные и объективные), обусловливающие ее развитие и становление. Эмпирические феномены профессиональных судеб специалистов из различных сфер деятельности. Стратегии жизни человека и их роль в становлении профессионала. Регуляторы развития личности в профессиональной деятельности: познавательная активность, мотивационно-смысловая направленность, операциональные способности (когнитивные, коммуникативные, перцептивные, сенсомоторные и др.), эмоционально-волевая регуляция.  4. Структура профессиональной деятельности  Изучение трудового процесса как объекта профессиональной деятельности человека. Понимание трудового процесса как социального явления, объективно заданного, регламентированного нормами: социальными, юридическими, экономическими, технологическими и техническими. Социальная направленность, история и перспективы развития трудового процесса. Разновидности профессионального труда. Структура трудового процесса. Психологическое "видение" производственных операций: производственная операция как программа выполнения задания субъектом труда (состав операции, структура, временные и пространственные характеристики) и как процесс исполнения задания (оперативное планирование, регулирование, оценочно-контрольные действия). Влияние каких-либо инноваций трудового процесса на протекание деятельности субъекта труда. Предмет труда как основной мотив и регулятор психологической направленности человека, занятого профессиональной деятельностью. Специфика предметного трудового кругозора, “знаемые” и “незнаемые” мотивы труда. Становление типа профессионального мышления в качестве прижизненной коррекции психического развития индивида, обеспечивающее специальную ориентировку в предметном (объектном) содержании труда. Сравнительная характеристика особенностей структуры трудового сознания, ценностных ориентаций в различных типах профессионального мышления (биономический, технономический, социономический, сигнономический и артономический типы). Психологические трудности, испытываемые человеком в ходе профессиональной реориентации (при перемене работы), в случаях появления требований “новых” предметов труда. Варианты психологической и профконсультационной помощи человеку. Значение эквивалентности труда и образования для профилактики состояний фрустрации и профессионального стресса.  5. Противоречия и кризисы профессионального развития личности  Развитие личности профессионала (прогрессивная и регрессивная стадии). Основные стадии профессионализации личности. Типология кризисов личности. Методы исследования личности профессионала. Методика изучения кризисов. Факторы, детерминирующие кризисы профессионального развития. Психологические особенности кризисов профессионального становления.  6. Предмет и задачи психологического сопровождения профессионального развития  Профессиональное развитие личности в контексте общего личностного развития. Возрастные особенности профессионального самоопределения. Критерии продуктивности профессиональной деятельности. Условия эффективного профессионального самоопределения. Этапы профессионализации  7. Психологическая диагностика профессионального развития личности  Этапы профессионального становления личности. Динамика личностных характеристик в процессе профессионального становления. Факторы, обусловливающие профессиональное становление специалиста: субъективные и объективные факторы. Методы профдиагностики: беседа и интервью, опросники способностей, опросники интересов, личностные и проективные методики, аппаратурные (психофизиологические) методы, профессиональные пробы, тренажеры, метод наблюдения и самонаблюдения, методы сбора косвенной информации о клиенте и др. Возможности и ограничения методов профессиональной диагностики |
| К.М.01.03 Педагогика высшей школы  1. Предмет и задачи педагогики высшей школы.  Понятие педагогики высшей школы. Предмет и задачи педагогики высшей школы. Место педагогики высшей школы в системе педагогических наук. Исторические аспекты развития высшей школы.  2. Методология и методы педагогических исследований в высшей школе.  Понятие методологии педагогики. Методологические принципы педагогики. Структура, логика и методы научно-педагогического исследования. Основные требования к исследовательской работе в высшей школе.  3. Педагогический процесс в высшей школе.  Дидактика как отрасль научного знания. Педагогические категории, обеспечивающие функционирование педагогического процесса. Высшее учебное заведение как педагогическая система. Цели и содержание обучения в высшей школе.  4. Законы, закономерности и принципы обучения.  Понятия «законы» и «закономерности» процесса обучения. Обзор основных законов и закономерностей обучения. Принципы обучения: и специфика их реализации в высшей школе. Процесс и стиль педагогического взаимодействия в высшей школе.  5. Методы, формы и средства обучения в высшей школе.  Классификация методов обучения. Формы обучения в высшей школе. Учебно-нормативные документы организации педагогического процесса в высшей школе. Средства обучения. Выбор методов и средств обучения. Технологии обучения в высшей школе. Развитие творческого мышления в процессе обучения.  6. Современное состояние высшего образования в России.  Принципы государственной политики в области высшего образования. Закон РФ «Об образовании». Закон РФ «О высшем и послевузовском профессиональном образовании». Государственный образовательный стандарт и образовательные программы. Понятие и сущность содержания образования. Нормативные документы, регламентирующие содержание образования. Образовательные учреждения высшего профессионального образования. Перспективы развития высшей школы в Российской Федерации.  7. Профессиональное становление преподавателя высшей школы.  Конкурентоспособность будущего специалиста как показатель качества обучения. Профессионализм и саморазвитие личности педагога. Научно-исследовательская деятельность преподавателя. Педагогическая культура преподавателя. Общение в педагогическом коллективе. Педагогические конфликты в процессе общения и их преодоление. Самообразование как средство повышения эффективности профессиональной деятельности педагога.  8. Цель воспитания как педагогическая проблема.  Воспитание как специально организованная деятельность по достижению целей образования. Общие и индивидуальные цели воспитания. Тенденции и принципы гуманистического воспитания. Формирование эстетической культуры. Традиционные и инновационные подходы к воспитанию. Гражданское, правовое, экономическое и экологическое воспитание в системе формирования базовой культуры личности. Патриотическое воспитание. Физическое воспитание молодежи.  9. Воспитательный процесс в высшей школе.  Методы, средства и формы воспитания в современной педагогике. Сущность и организационный основы функционирования учебно-воспитательного коллектива. Этапы и уровни развития учебно-воспитательного коллектива. Основные условия развития коллектива. |
| К.М.01.04 Управление проектами  1. Программы и проекты как средства решения управленческих задач.  Программы, проекты и задачи . Основные характеристики проекта. Жизненный цикл и фазы проекта. Особенности управления проектами. Области применения проектного управления.  2. Типы и виды проектов.  Принципы классификации проектов. Проекты, выполняемые коммерческими и государственными предприятиями в рамках контрактов. Проекты по исследованиям, разработке, инжинирингу. Строительные и другие проекты по созданию основных средств производства. Проекты по информационным системам. Управленческие проекты. Мультипроекты.  3. Проекты в системе функционального и стратегического менеджмента.  Взаимосвязь между управлением проектами и функциональным менеджментом. Управление проектами в системе стратегического управления компанией. Модель и методология стратегического менеджмента. Стратегия, организационные цели и проекты. Приоритетность проектов в стратегическом управлении . Критерии отбора приоритетных проектов.  4. Окружение проекта.  Ближнее окружение проекта. Дальнее окружение проекта. Комплексное воздействие факторов внешней среды на проект. Методы исследования внешней среды проекта и его интерпретация. Внутреннее окружение проекта. Влияние окружения на разные типы проектов.  5. Управление отношениями со стейкхолдерами проекта.  Система стейкхолдеров проекта. Функции стейкхолдеров проекта, правление отношениями со стейкхолдерами проекта.  6. Команда проекта.  Понятие командного синергизма и эффективность команды. Развитие проектной команды. Создание высокоэффективных проектных команд. Управление виртуальными проектными командами  7. Принятие решений в управлении проектами.  Области принятия и типы решений в проектном управлении. Рациональное принятие решений в проектном управлении. Личностные факторы в принятии решений. Субъективная рациональность при принятии решений. «Адекватные» решения.  8. Управление проектами в условиях неопределенности и риска.  Виды проектных рисков и факторов риска. Методы оценки риска проекта. Неопределенность окружения проекта как фактор риска. Технологии управления проектами в условиях риска.  9. Составление сметы и бюджета проекта.  Смета проектных затрат как средство повышения эффективности проекта . Возрастание издержек проекта. Особенности сметы для различных фаз проекта. Бюджетирование проекта: основные понятия. Бюджет затрат на рабочую силу. Бюджеты производственных затрат и закупок. Дополнительные статьи бюджета. Контроль исполнения бюджета.  10. Планирование проекта.  Общее планирование проекта. Средства планирования.  11. Контроль и аудит проекта.  Функции и методы контроля и аудита проекта. Проведение аудита проекта. Отчет о проверке. Основные причины неудач управления проектами.  12. Завершение проекта.  Условия для завершения проекта. Нормальное завершения проекта. Досрочное завершение проекта. Решение о закрытии и процесс закрытия проекта. Оценка работы руководителя проекта, членов команды и команды в целом. |
| К.М.01.05(Н) Производственная практика (научно-исследовательская работа)  Указание вида практики, способа и формы ее проведения  Вид практики: Производственная практика.  Тип практики: Научно-исследовательская работа.  Способы проведения практики: стационарная; выездная.  Форма проведения практики: дискретно.  Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) в соответствии с учебным планом проводится:  Очная форма обучения - 1 курс, 1 семестр  Заочная форма обучения - 1 курс, 1 семестр |
| К.М.01.06(П) Производственная практика (педагогическая практика)  Указание вида практики, способа и формы ее проведения  Вид практики: Производственная практика.  Тип практики: Педагогическая практика.  Способы проведения практики: стационарная; выездная.  Форма проведения практики: дискретно.  Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) в соответствии с учебным планом проводится:  Очная форма обучения - 1 курс, 2 семестр  Заочная форма обучения - 1 курс, 2 семестр |
| К.М.02 Модуль "Современная система СМИ" |
| К.М.02.01 Теория и типология средств массовой коммуникации  1. Общие типологические черты современной отечественной прессы  Типология как метод познания: основные принципы и категории. Состояние отечественной прессы за последние двадцать лет. Модели современной отечественной журналистики (по Я.Н. Засурскому).  2. Основные тенденции формирования и функционирования современных СМИ в структуре российского общества  Развитие свободы печати в России. Факторы, обусловившие изменения в системе СМИ:  а) политические; б) экономические; в) социальные; г) многополярность мира; д) глобализация. Информационное общество.  3. Современная государственная политика в области отечественных СМИ  Свобода СМИ – основной результат изменений, произошедших в России в конце ХХ века. Правовые основы журналистской деятельности в России. Действующее законодательство в сфере СМИ: а) Конституция РФ; б) Закон РФ «О средствах массовой информации»; в) Гражданский кодекс РФ; г) Закон РФ «О рекламе» и другие.Судебная практика.  4. Особенности современной медиасистемы России  Советская система СМИ как образец медиасистемы социалистического государства. Особенности структуры российских СМИ, отличающие её от советской системы СМИ. Экономическое положение российских СМИ. Инфраструктура СМИ.  5. СМИ как объект исследования  Основные характеристики СМИ как объекта: а) целостность; б) функциональность;  в) структурированность; г) самоорганизация. Среда СМИ. Структура СМИ. Типология СМИ.  6. Основные и дополнительные типологические признаки периодических изданий  Цель издания и его концепция. Дополнительные типологические факторы. |
| К.М.02.02 Информационное право в журналистике  1. Свобода выражения мнений.  Свобода выражения мнений. Сущность и содержание свободы выражения мнения. Право на свободу выражение мнений как конституционное право человека в России. Понятие свободы массовой информации. Недопустимость цензуры. Сущность и содержание ограничений свободы выражения мнений. Информационная безопасность. Ограничения с целью противодействия терроризму и экстремизму. Соответствие норм российской Конституции о свободе выражения мнений документам ООН и Совета Европы: Всеобщей декларации прав человека, Международного пакта о гражданских и политических правах, Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод. Прецедентное право судебного органа Совета Европы – Европейского суда по правам человека по делам о нарушении положений статьи 10 Европейской конвенции.  2. Регулирование СМИ.  Особенности регулирования СМИ. Закон РФ «О средствах массовой информации» (1991г.) как основной акт, регулирующий сферу СМИ в России. Особенности создания печатных, телерадиовещательных СМИ и сетевых изданий. Основные понятия, используемые в Законе РФ «О средствах массовой информации» (1991 г.). СМИ, учредитель, редакция, редактор, журналист. Права и обязанности журналиста. Злоупотребление свободой массовой информации. Сохранение в тайне журналистских источников. Воспрепятствование законной профессиональной деятельности журналистов (Ст. 144 УК РФ). Организация деятельности редакции. Редакционный устав, содержание и процедура его принятия. Прозрачность отношений собственности. Ограничения права собственности иностранцев на СМИ. Саморегулирование и сорегулирование в сфере СМИ.  3. Доступ к информации  Свобода доступа к информации: сущность и содержание. Права и обязанности журналиста в сфере информации. Аккредитация журналиста. Права граждан на доступ к информации. Запрос на получение информации: возможности для граждан и журналистов. Гласность судопроизводства. Ответственность журналистов и редакций за распространение секретной информации. Предвыборная агитация и информирование. Общие условия проведения агитации в СМИ. Порядок использования данных социологических опросов.  4. Авторское право журналиста  Специфика авторских правоотношений в медиа. Авторское право на интервью. Авторское право на новостное сообщение. Служебные произведения. Произведения, не охраняемые авторским правом. Допустимость свободного использования произведений без согласия автора и без выплаты авторского вознаграждения: в личных целях, в информационных, критических, полемических, в учебных, научных и других целях. Ответственность за нарушение авторского права.  5. Защита чести, достоинства и деловой репутации  Понятия чести, достоинства и деловой репутации.  Распространение порочащих человека сведений. Трактовка понятий «факт и оценка (комментарий)», «сведения и мнение». Опровержение и ответ, порядок их распространения. Клевета и оскорбление. Оскорбление представителя власти. Опасность эффекта «холодного душа» в делах о защите от диффамации. Общественный интерес. Освобождение от ответственности. Судебная практика.  6. Неприкосновенность частной жизни  Гарантии неприкосновенности частной жизни. Персональные данные. Согласие на распространение сведений. Право на изображение. Обстоятельства, позволяющие журналистам использовать скрытую запись согласно российскому закону о СМИ. Защита общественных интересов. Личная жизнь публичных фигур.  7. Защита детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию  Сущность механизма защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию.  Ограничения на распространение в СМИ информации, причиняющей вред их здоровью и развитию. Возрастная классификация информационной продукции.  8. Правовое регулирование рекламы в СМИ  Реклама и свобода массовой информации. Запрет недобросовестной и недостоверной рекламы. Скрытая реклама. Ограничения на рекламу алкогольных и табачных изделий, наркотических препаратов, медикаментов, медицинских и др. товаров и услуг. Защита интересов несовершеннолетних при производстве и распространении рекламы. Особенности рекламы на радио и ТВ. Спонсорство, соотношение понятий «спонсорство» и «реклама». Рекламные издания и телеканалы. Степень ответственности СМИ за содержание распространяемых рекламных сообщений. Контрреклама. |
| К.М.02.03 Современные медиасистемы  1. Российские средства массовой информации: исторический экскурс.  Базовые понятия курса: медиа, информация, масс-медиа, коммуникация. Определения, функции, современные особенности. Российские СМИ в историческом контексте. Принципиальные сходства и различия советской и российской медиасистем. Вектор трансформации российских СМИ. Факторы, повлиявшие на медиапроцессы: экономические, социальные, политические, технологические. Смена информационной модели. Изменение роли и функций журналиста и аудитории. Роль журналистики в перспективном развитии страны, формировании гражданского общества и правового государства.  2. Основные характеристики медиасистемы: компоненты, их взаимодействие, свойства.  Системный подход к изучению средств массовой информации. Признаки медиасистемы: компоненты числом более 2-х, их взаимодействие, системное качество. Средства массовой информации как элемент инфраструктуры. Компоненты медиасистемы. Формы их взаимодействия. Основные свойства медиасистемы (статические, динамические, синтетические). Статические свойства: целостность, открытость, внутренняя неоднородность, структурированность. Динамические свойства: функциональность, стимулируемость, изменчивость во времени, существование в меняющейся среде. Синтетические свойства: эмерджентность, интегративность, целесообразность.  3. Модели медиасистемы. СМИ и медиапредприятие.  Социальная и экономическая медиасистемы – СМИ и медиапредприятие. Сущностные характеристики: элементы, управление системой. Цели, определяющие целостность медиасистемы, ее единство. СМИ- служение обществу, медиапредприятие – получение прибыли. Структура медиасистемы. Государственное и рыночное регулирование СМИ: взаимосвязь понятий. Обратные связи в системе СМИ и медиапредприятий. Саморегулирование медиаорганизаций: социальная ответственность и экономические законы рынка. Формирование позитивного имиджа, лояльной аудитории. Информационная открытость. Маркетинговые технологии СМИ.  4. Эволюция медиасистемы: от специальных приложений до информационно-промышленных концернов.  Формирование медиарынка России. Западный опыт. Большинство редакций российских СМИ стали предприятиями, деятельность которых определяется законами рынка и нацелена на получение прибыли и обеспечение экономической самостоятельности. Этапы концентрации СМИ, которые сменялись новыми для России формами работы медиаорганизаций. Выпуск специальных приложений. Организация Издательских домов. Создание Информационно-издательских компаний. Медиахолдинги. Информационно-промышленные концерны.  5. Виды стратегий медиасистемы.  Виды стратегий медиасистемы. Информационные стратегии. Западная модель информирования. Оценка объективности СМИ. Роль личности журналиста в информационной стратегии сводится к бесстрастному сообщению фактов, сведений, трансляции чужих мнений. Манипулятивные стратегии. Пропаганда. Виды и способы использования манипулятивных технологий. Классификация манипулятивных уловок. Манипуляция посредством управления информационными потоками. Использование особенностей мышления человека. Использование механизмов социального контроля. Диалоговые стратегии. Диалог как эффективная форма коммуникации. Стратегия участия. Высшая форма коммуникации в СМИ. Объединение целей, интересов, ресурсов. Деятельностный подход в медиасистеме. Медиаактивность, которая приводит к активизации гражданского общества.  6. Глобальные трансформации СМИ.  Актуальные проблемы, стоящие перед мировой цивилизацией в современный период. Роль журналистики в их освещении и решении. Основные современные проблемы в развитии России (в области государственного строительства, экономики, формировании гражданского общества, социальной и культурной сферах, области национальных отношений и т.п.). Функции журналистики по отношению к различным сферам социальных отношений. Предпосылки и причины глобальных трансформаций СМИ. Новые медиа. Новые способы передачи информации, новые виды контента и его трансляции. Социальная, экономическая и технологическая обусловленность появления новых медиа. Аудитория и журналистика. Смена вещательной модели на партнерскую. Децентрализация СМИ. Информальное поведение аудитории, информальные медиа. Отличия информальных СМИ от традиционных. Блогерство. Язык блогосферы. Конвергенция СМИ. Взаимосвязь журналистики и современных футурологических концепции. Возможные сценарии развития. |
| К.М.02.04(Н) Производственная практика (научно-исследовательская работа)  Указание вида практики, способа и формы ее проведения  Вид практики: Производственная практика.  Тип практики: Научно-исследовательская работа.  Способы проведения практики: стационарная; выездная.  Форма проведения практики: дискретно.  Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) в соответствии с учебным планом проводится:  Очная форма обучения - 2 курс, 3 семестр  Заочная форма обучения - 2 курс, 3 семестр |
| К.М.02.ДВ.01 Элективные дисциплины (модули) |
| К.М.02.ДВ.01.01 Проблемы современности и повестки дня СМИ  1. Глобальные трансформации современного мира  Информация как определяющий фактор современного развития. Информационные ресурсы и важнейшие каналы их распространения. Современные концепции информационного общества. Новые информационные технологии и традиционные СМИ. Интерактивность, дигилитизация и конвергенция как важнейшие процессы, характеризующие деятельность новых медиа. Проблемы информационного неравенства. Плюсы и минусы Интернета. Изменения форм и методов работы журналиста в сфере виртуальных СМИ. Национальные модели информационного общества.  Глобализация СМИ и современные международные отношения. Особенности глобализации печати, радиовещания, телевидения, информационных и рекламных агентств. Массовая культура в процессах глобализации информационной деятельности. Современные формы адаптации национальных культур и национальных СМИ к процессам глобализации. Деятельность ЮНЕСКО и Совета Европы в сфере массовой информации. Характер современной международной информационной пропаганды, ее особенности.  2. Многоаспектность проблем глобализации и актуальные проблемы современности в контексте глобализационного процесса  Возникновение, развитие и современное состояние основных концепций и теорий СМИ (авторитарной, либертарианской, социальной ответственности журналистики, независимости журналистской деятельности, свободного потока информации, теории журналистской элиты, теории коммунитаризма, новейших теорий информационного общества). Зарубежные методы эмпирических исследований СМИ.  3. Информационные технологии и СМИ  СМИ в условиях рынка. Основы экономики информационного производства. Рыночная конкуренция и проблемы плюрализма СМИ. Важнейшие каналы финансирования СМИ и расходов информационного производства. Реклама как основной источник доходов. Особенности рекламы в зарубежных СМИ. Крупный капитал как главный собственник СМИ. Основные формы собственности (частная, кооперативная, общественная). Новейшие тенденции концентрации капитала в СМИ. Плюсы и минусы концентрации СМИ. Антимонопольное законодательство и экономическая политика в сфере СМИ. Транснационализация и интернационализация капитала как важнейшая особенность современного процесса концентрации СМИ. Транснациональные корпорации в сфере СМИ и телекоммуникаций и их роль в экономике развитых стран. Новейшие слияния и кризисные явления в сфере информационного бизнеса.  4. Кризисные явления в современной экономике, политике, культуре России  Законодательство о СМИ: общие принципы и особенности в отдельных странах. Формы государственного регулирования в сфере СМИ. Государственные дотации как форма сохранения и стабильности тех учреждений в сфере СМИ, в которых нуждается гражданское общество. Государственные органы информации и пропаганды. Государственный контроль в сфере телевидения и радиовещания. Взаимодействие СМИ с тремя ветвями власти. Методы административного воздействия на СМИ. Формы влияния правительственных органов на содержание журналистских материалов. Проблема доступа журналистов к официальной информации и формы регулирования информационного потока в интересах власти. Деятельность СМИ в условиях активизации международного терроризма. Формы использования СМИ террористами в целях пропаганды своих акций. Приемы и методы борьбы с терроризмом с помощью СМИ. Правовые аспекты освещения терроризма в СМИ. Саморегулирование в учреждениях СМИ в интересах сохранения свободы слова и информации. Профессиональные и этические кодексы журналистов, их использование в практике журналистской работы. Важнейшие международно-правовые документы, касающиеся СМИ.  5. Актуальность глобальных проблем для России  Политические партии и журналистика. Экономические и социальные причины кризиса партийной печати. Современные формы воздействия партий на журналистику. Роль СМИ в основных социально-политических процессах. Особенности деятельности СМИ в периоды избирательных кампаний. Концепция «четвертой власти». СМИ и межнациональные конфликты. Журналисты в горячих точках. Роль СМИ в современных международных отношениях. Церковь и СМИ. Освещение церковной жизни в клерикальных и общеполитических СМИ.  6. Роль и задачи СМИ в освещении и поиске решении глобальных проблем общественного развития  СМИ как система. Составные части системы СМИ. Понятие модели СМИ. Национальные особенности моделей СМИ в различных странах. Типология периодической печати. Качественные, массовые и качественно-массовые ежедневные газеты. Место деловых изданий в современной периодической печати. Рекламные бесплатные газеты. Особенности рынка зарубежных журналов. Специализированные журналы в системе СМИ. Типы воскресных изданий. Русскоязычные версии зарубежных периодических изданий на журнальном рынке России.  Аудиовизуальные СМИ. Две модели национального вещания – общественная (европейская) и коммерческая (американская). Основные способы доставки телевизионного сигнала (наземные сети, кабельные сети, спутниковая связь). Развитие цифрового вещания. Трансформация систем общенационального радиовещания в условиях возрастания роли местного и специализированного радиовещания. Популярная музыка в системе СМИ. Онлайновые СМИ в ХХI веке. Роль Интернета в интеграции и конвергенции системы СМИ.  Типология информационных агентств, основные источники их финансирования. Экономическая информация как новый фактор развития информационных агентств. Пресс-синдикаты как особый вид информационного агентства. Рекламные агентства как посредники между рекламодателями и СМИ. Основные формы организации и деятельности учреждений «паблик рилейшнз» – системы связей с общественностью. Политическая реклама и политический маркетинг в СМИ.  Концепция объективности информации. Границы объективности в практике журналистской деятельности. Профессиональные методы сбора информации. Формы и приемы информационного воздействия на аудиторию. Новости и темы «человеческого интереса». Рецепты крупных магнатов бульварной журналистики – Херста, Нортклиффа, Шпрингера. Критерии отбора и обработки фактов. Метод «перевернутой пирамиды». Основные жанры и структура материалов зарубежных СМИ. Метод стереотипизации, его использование с целью усиления эффективности воздействия на аудиторию. Видеоряд в технике информационного воздействия. Особенности программной структуры аудиовизуальных СМИ. Формы подачи информационных и аналитических материалов в онлайновых СМИ. Новые требования, предъявляемые к журналистам развитием информационных и коммуникационных технологий. Методы аргументации в материалах зарубежных СМИ. Языковые и семантические аспекты воздействия СМИ на аудиторию.  7. Компетентность и профессионализм как необходимые условия для адекватного освещения событий  Создание систем СМИ в странах Центральной и Восточной Европы после Второй мировой войны в условиях холодной войны и противостояния двух военно-политических блоков. Слепое копирование опыта советской журналистики в странах, вслед за СССР ставших на путь социализма. Государственная и партийная собственность на СМИ. Печать блоковых (союзнических) партий, признавших руководящую роль правящих компартий. Освещение в СМИ драматических событий 1968 г. в Чехословакии и политического кризиса 80-х годов в Польше. Использование цензуры в отношении политического инакомыслия.  Особенности трансформации СМИ в этих странах в условиях перехода к демократии и рыночной экономике. Появление новых периодических изданий, возрождение в СМИ плюрализма мнений. Роль СМИ в процессах демократизации общественной жизни. Особенности передела собственности в СМИ. Типологические изменения в печати, возрастание роли региональной и местной прессы. Попытки давления на СМИ со стороны новых властей. Финансовые и экономические трудности в деятельности посттоталитарных СМИ. Плюсы и минусы широкого проникновения западных информационных корпораций. Новые информационные технологии и развитие СМИ. Правовое регулирование деятельности СМИ. Трудности создания общественно-правового и частного телевидения и радиовещания.  Особенности систем СМИ в социалистических странах Азии. Роль правящих партий в Китае и Вьетнаме в руководстве информационно-пропагандистской деятельностью. Либерализация печати в условиях формирования рыночной экономики и крупных инвестиций в экономику КНР. Широкое распространение Интернета, мобильной телефонии и других видов информационной технологии в современном Китае. Высокие темпы развития спутникового и кабельного ТВ в условиях сохранения государственного контроля над аудиовизуальными СМИ. Особенности проникновения в социалистические страны Азии зарубежных телевизионных программ и выпуска местных версий зарубежных журналов. Сохранение жестких методов управления СМИ в Северной Корее. Основные информационные учреждения и органы печати в социалистических странах Азии. |
| К.М.02.ДВ.01.02 Современные и зарубежные СМИ  1. Средства массовой информации в информационном обществе: опыт передовых стран  Информация как определяющий фактор современного развития. Информационные ресурсы и важнейшие каналы их распространения. Современные концепции информационного общества. Новые информационные технологии и традиционные СМИ. Интерактивность, дигилитизация и конвергенция как важнейшие процессы, характеризующие деятельность новых медиа. Проблемы информационного неравенства. Плюсы и минусы Интернета. Изменения форм и методов работы журналиста в сфере виртуальных СМИ. Национальные модели информационного общества.  Глобализация СМИ и современные международные отношения. Особенности глобализации печати, радиовещания, телевидения, информационных и рекламных агентств. Массовая культура в процессах глобализации информационной деятельности. Современные формы адаптации национальных культур и национальных СМИ к процессам глобализации. Деятельность ЮНЕСКО и Совета Европы в сфере массовой информации. Характер современной международной информационной пропаганды, ее особенности.  2. Современные зарубежные теории средств массовой информации  Возникновение, развитие и современное состояние основных концепций и теорий СМИ (авторитарной, либертарианской, социальной ответственности журналистики, независимости журналистской деятельности, свободного потока информации, теории журналистской элиты, теории коммунитаризма, новейших теорий информационного общества). Зарубежные методы эмпирических исследований СМИ.  3. Экономика зарубежных СМИ  СМИ в условиях рынка. Основы экономики информационного производства. Рыночная конкуренция и проблемы плюрализма СМИ. Важнейшие каналы финансирования СМИ и расходов информационного производства. Реклама как основной источник доходов. Особенности рекламы в зарубежных СМИ. Крупный капитал как главный собственник СМИ. Основные формы собственности (частная, кооперативная, общественная). Новейшие тенденции концентрации капитала в СМИ. Плюсы и минусы концентрации СМИ. Антимонопольное законодательство и экономическая политика в сфере СМИ. Транснационализация и интернационализация капитала как важнейшая особенность современного процесса концентрации СМИ. Транснациональные корпорации в сфере СМИ и телекоммуникаций и их роль в экономике развитых стран. Новейшие слияния и кризисные явления в сфере информационного бизнеса.  4. Государство и СМИ в развитых странах  Законодательство о СМИ: общие принципы и особенности в отдельных странах. Формы государственного регулирования в сфере СМИ. Государственные дотации как форма сохранения и стабильности тех учреждений в сфере СМИ, в которых нуждается гражданское общество. Государственные органы информации и пропаганды. Государственный контроль в сфере телевидения и радиовещания. Взаимодействие СМИ с тремя ветвями власти. Методы административного воздействия на СМИ. Формы влияния правительственных органов на содержание журналистских материалов. Проблема доступа журналистов к официальной информации и формы регулирования информационного потока в интересах власти. Деятельность СМИ в условиях активизации международного терроризма. Формы использования СМИ террористами в целях пропаганды своих акций. Приемы и методы борьбы с терроризмом с помощью СМИ. Правовые аспекты освещения терроризма в СМИ. Саморегулирование в учреждениях СМИ в интересах сохранения свободы слова и информации. Профессиональные и этические кодексы журналистов, их использование в практике журналистской работы. Важнейшие международно-правовые документы, касающиеся СМИ.  5. СМИ и основные институты гражданского общества  Политические партии и журналистика. Экономические и социальные причины кризиса партийной печати. Современные формы воздействия партий на журналистику. Роль СМИ в основных социально-политических процессах. Особенности деятельности СМИ в периоды избирательных кампаний. Концепция «четвертой власти». СМИ и межнациональные конфликты. Журналисты в горячих точках. Роль СМИ в современных международных отношениях. Церковь и СМИ. Освещение церковной жизни в клерикальных и общеполитических СМИ.  6. Системы СМИ в развитых странах – сравнительный анализ  СМИ как система. Составные части системы СМИ. Понятие модели СМИ. Национальные особенности моделей СМИ в различных странах. Типология периодической печати. Качественные, массовые и качественно-массовые ежедневные газеты. Место деловых изданий в современной периодической печати. Рекламные бесплатные газеты. Особенности рынка зарубежных журналов. Специализированные журналы в системе СМИ. Типы воскресных изданий. Русскоязычные версии зарубежных периодических изданий на журнальном рынке России.  Аудиовизуальные СМИ. Две модели национального вещания – общественная (европейская) и коммерческая (американская). Основные способы доставки телевизионного сигнала (наземные сети, кабельные сети, спутниковая связь). Развитие цифрового вещания. Трансформация систем общенационального радиовещания в условиях возрастания роли местного и специализированного радиовещания. Популярная музыка в системе СМИ. Онлайновые СМИ в ХХI веке. Роль Интернета в интеграции и конвергенции системы СМИ.  Типология информационных агентств, основные источники их финансирования. Экономическая информация как новый фактор развития информационных агентств. Пресс-синдикаты как особый вид информационного агентства. Рекламные агентства как посредники между рекламодателями и СМИ. Основные формы организации и деятельности учреждений «паблик рилейшнз» – системы связей с общественностью. Политическая реклама и политический маркетинг в СМИ.  7. СМИ стран Центральной и Восточной Европы, Азии, Африки и Латинской Америки  Создание систем СМИ в странах Центральной и Восточной Европы после Второй мировой войны в условиях холодной войны и противостояния двух военно-политических блоков. Слепое копирование опыта советской журналистики в странах, вслед за СССР ставших на путь социализма. Государственная и партийная собственность на СМИ. Печать блоковых (союзнических) партий, признавших руководящую роль правящих компартий. Освещение в СМИ драматических событий 1968 г. в Чехословакии и политического кризиса 80-х годов в Польше. Использование цензуры в отношении политического инакомыслия.  Особенности трансформации СМИ в этих странах в условиях перехода к демократии и рыночной экономике. Появление новых периодических изданий, возрождение в СМИ плюрализма мнений. Роль СМИ в процессах демократизации общественной жизни. Особенности передела собственности в СМИ. Типологические изменения в печати, возрастание роли региональной и местной прессы. Попытки давления на СМИ со стороны новых властей. Финансовые и экономические трудности в деятельности посттоталитарных СМИ. Плюсы и минусы широкого проникновения западных информационных корпораций. Новые информационные технологии и развитие СМИ. Правовое регулирование деятельности СМИ. Трудности создания общественно-правового и частного телевидения и радиовещания. |
| К.М.02.ДВ.02 Элективные дисциплины (модули) |
| К.М.02.ДВ.02.01 Конфликтология и журналистика  1. Журналист в социальном конфликте  Конфликт как двигатель политического процесса, необходимый компонент общественного развития. Двойственная природа социального конфликта.  2. Освещение межнациональных конфликтов в региональной прессе Структура конфликта. Социальный конфликт как отражение объективных и субъективных противоречий, проявляющихся во взаимодействии субъектов. Разрыв в доходах и качестве жизни, недостаточная эффективность системы управления как источники социальных конфликтов. Внесоциальные, промежуточные и социальные источники конфликтов.  3. Взаимоотношения республик и федерального центра  Роль регионов в формировании политической системы Российской Федерации. Органы государственной власти, местного самоуправления, политические партии, группы интересов, личность как субъекты социального конфликта. Социокультурные тенденции эпохи, связанные с дифференциацией общества. Роль информации в развитии социального конфликта, формировании массового сознания.  4. Отношения между Россией и странами, входившими в состав СССР  Переход в стадию публичного обсуждения проблем. Информациализация социального конфликта. Масштабность, сфера бытования социального конфликта (межнациональные, межконфессиональные конфликты). Выполнение средствами массовой информации социальных и политической функции (выражение мнения общества, объяснение событий и явлений политической жизни, налаживание диалога, формирование политической культуры общества).  5. Пресса и религиозные конфликты  Внешне- и внутриполитические; институциализированные и неинституциализированные; «с нулевой суммой» и «с ненулевой суммой»; эскалированные и конфликты низкой интенсивности; открытые и латентные; вертикальные и горизонтальные; межгосударственные, межнациональные, межконфессиональные; межнациональные, культурные и социальные (в узком смысле) конфликты. Конфликты с точки зрения их отражения в медиасфере – умолчания, субъективные, объективные.  6. Язык вражды: типология ошибок журналиста  Журналистика как самостоятельный социально-политический институт в системе социальных отношений. Система СМИ России: качественные и массовые; официальные, официозные и независимые от власти; дотируемые и коммерческие; легитимные и не легитимные; региональные и общенациональные. Конструктивная и деструктивная журналистская позиция. Социально ответственная журналистика, ориентированная на воспитание гражданской позиции, побуждение граждан к участию в политической деятельности, выработке социально значимых решений, на устранение конфликтов.  7. Освещение конфликтов и право  Продвижение интересов субъектов политики с помощью СМИ. Методы развенчания субъектов конфликта (неполнота информации, полуправда, ложь). Выполнение СМИ не свойственной журналистике политической функции «защитного клапана» для отвода отрицательных эмоций от субъектов социального конфликта.  8. Международные правовые средства определения допустимого в освещении социальных конфликтов  Влияние на политизацию социального конфликта текстов, принадлежащих к категориям связей с общественностью и рекламе (контррекламе). Политическая реклама как распространение сообщений о субъектах политики и институтах, непосредственно связанных с процессом распределения властных полномочий. Манипулирование общественным мнением в масс-медиа.  9. Отечественные правовые средства определения допустимого в освещении социальных конфликтов  Ориентация журналистики на производство объективной информации. Журналистика как рупор разных социальных групп, представляющий весь спектр общественного мнения. Воздействие журналистики на социальный конфликт и провоцирование конфликтных ситуаций вследствие низкой профессионально й культуры сотрудников масс-медиа.  10. Роль этических регуляторов в журналистской деятельности  Нарушение баланса в процессе эскалации политического взаимодействия (потеря субъектом под влиянием другого субъекта информационных ресурсов, добровольный отказ от их применения). Субъективные и объективные факторы, затрудняющие деэскалацию политического конфликта. |
| К.М.02.ДВ.02.02 СМИ и политический процесс  1. Социум на изломе тысячелетий  Типы политических систем и политика как сфера жизнедеятельности общества. Общая характеристика основных субъектов политического процесса. Характер деятельности институтов публичной власти. Принципы деятельности институтов публичной власти и роль СМИ в осуществлении задач этих институтов. Исполнительная власть и пресса. Государственные СМИ и специфика их деятельности. Региональная исполнительная власть и орга­низационные формы контроля за средствами массовой информации.  Гражданин как субъект политики. Публичная политика. Функции и цели публичной политики. Публичная сфера, гласность, открытость, разнообразие источников информации как основные условия публичной политики. Информационные ресурсы публичной политики. Субъекты публичной политики разных уровней. Формы и методы организации взаимодействия субъектов публичной политики.  2. ХХI век: население Земли ищет адекватные ответы на глобальные вызовы современности  Переход России к правовому демократическому государству как фактор развития новых форм информационного взаимодействия власти с общественностью, прямого контакта с информационным ресурсом общественного мнения. Политические изменения и СМИ. Диверсификация политического развития. Модернизация, демократизация, демократический транзит: концепты, постулаты, гипотезы. Характеристика постсоветского режима («фасадная демократия», «минималистская демократия», «выборная монархия», «олигархическая система»).  Политика в эпоху медиатизации. Персонификация политики. Руководитель государства – самый публичный политик. Режим Горбачева, Ельцина, Путина: механизмы эволюции политической системы. От либерализации авторитаризма к моноцентричному режиму. Состояние информационной среды как важнейший фактор уровня и возможностей социально-экономического развития, обороноспособности и суверенитета страны. Концепция формирования и развития единого информационного пространства России СМИ и информационная безопасность. Доктрина информационной безопасности 2000 г. Окинавская Хартия глобального информационного общества.  Сложности перехода от авторитарного и тоталитарного режимов к открытой демократии. Политическая игра как процесс борьбы за монопольное право контроля над производством ценностных и мировоззренческих установок, информационными ресурсами в целях легитимации и поддержки политического режима. Необходимость развития свободных средств массовой информации, обеспечивающих свободный обмен идеями, мнениями и информацией. Трудности становления независимой прессы. СМИ и политика в России в 80-е, 90-е годы XX века и в начале XXI века. Российский политический дискурс и концептуализация становящегося политического пространства. Достаточное развитие СМИ как необходимое условие демократии.  Необходимость постижения журналистами, политиками и официальными лицами искусства взаимодействия в условиях свободного и открытого общества. СМИ и политический плюрализм. Толерантность как принцип журналистской деятельности. Ангажированность, корпоративность в деятельности СМИ.  Российская пресса как институт гражданского общества. Российское общество и миссия журналистики: новые ответы на старые вопросы. Журналистская деятельность в новых условиях: цели, средства, результаты. Гражданское общество, гражданская позиция и СМИ. СМИ и аудитория: концепция партнерства. «Гражданская журналистика» - завтрашний день прессы или хорошо забытое прошлое? Структуры гражданского общества и пресса: ориентиры и формы сотрудничества. Гражданский сектор и СМИ: проблемы взаимного доверия и взаимной ответственности.  3. Российская действительность на изломе тысячелетий  Построение открытого, гражданского, информационного общества: новая глобальная задача в новом тысячелетии. Документы ООН и ЮНЕСКО, посвященные становлению открытого, информационного, гражданского общества. Характеристики нового общества: высокоразвитая инфраструктура ИКТ, равноправный и повсеместный доступ к информации, соответствующее информационное наполнение (контент) в удобных форматах, эффективная связь.  Обязательные условия построения информационного общества: хорошо развитая и приемлемая в ценовом отношении инфраструктура; доверие и безопасность при использовании ИКТ; соблюдение признанных на международном уровне прав человека и основных свобод; культурное и языковое разнообразие; международное сотрудничество и соблюдение норм международного права; защита уязвимых групп.  Роль правительств, коммерческого сектора и гражданского общества в содействии применению ИКТ в целях развития. Культурное и языковое разнообразие, развитие местного контента и средств массовой информации. Международное и региональное сотрудничество.  4. Глобальные проблемы планеты и внутренние проблемы России: характер связи в настоящий период  Переход России к правовому демократическому государству как фактор развития новых форм информационного взаимодействия власти с общественностью, прямого контакта с информационным ресурсом общественного мнения.  Особенность сегодняшней информационной ситуации в мире и в России. Резкое повышение роли информации в структуре власти в постиндустриальном обществе.  Состояние информационной среды как важнейший фактор уровня и возможностей социально-экономического развития, обороноспособности и суверенитета страны.  5. Место журналистики в преодолении кризисных ситуаций общественного развития СМИ - неотъемлемый элемент политических коммуникаций. Политические функции СМИ. Возможности политического влияния СМИ. Доктрины «Четвертой власти» и политического плюрализма как идейный контекст развития СМИ в период перестройки. Гласность как инструмент демократизации общества и изменения конфигурации политического поля. Политическая борьба советских элит и процесс формирования субъектности СМИ. Функциональные особенности средств массовой информации на раннедемократическом этапе общественно-политической трансформации (развитие субъект-субъектных отношений между властью, СМИ и аудиторией, миссия «посредника» в общественном диалоге). Политико-правовые факторы свободы прессы: формирование законодательной базы независимости СМИ. Раздел информационного пространства: федеральные и региональные политические и бизнес элиты как новые собственники СМИ. Переделы информационного рынка и процесс инкорпорирования СМИ в финансово-промышленные и «сырьевые» корпорации.  6. Задачи журналистики в условиях преодоления кризисных ситуаций  Функции СМИ в тоталитарном государстве. Партийное руководство и управление советской прессой. Советские СМИ как аппарат идеологического контроля. Структурно-функциональные особенности средств массовой информации в советский период. Парадоксы советской журналистики.  Роль СМИ в либерализации советского режима. Советская пресса как фактор революции «сверху». Эпоха гласности: на пути к свободе слова. Информационная поддержка демократических реформ. СМИв системе политической коммуникации посттоталитарного общества. Власть и пресса: как начинался диалог. Режим Б. Ельцина: пресса в условиях суперпрезидентской республики. Власть-бизнес-пресса: формирование финансово-промышленных групп и медийных империй. Схватка за контроль над информационными ресурсами. Влияние владельцев СМИ на информационную политику редакционных коллективов: к вопросу о независимости прессы и свободе слова. Что такое «управляемая демократия» и ролевые возможности СМИ в рамках режима гибридного типа.  Сравнительный анализ структурно-функциональных характеристик системы российских СМИ на разных этапах посткоммунистической трансформации. Модели политики и типы участия средств массовой информации в политическом процессе. Политические конфликты и роль прессы в развитии и разрешении конфликтов. СМИ и политическая культура. Пресса как средство социальной ориентации и политической идентификации. Пресса социальной ответственности: системные характеристики.  7. Факторы, обеспечивающие действенное участие СМИ в решении актуальных проблем современности  СМИ в структуре публичной политики. Понятие публичной политики как формы взаимодействия субъектов политического процесса на основе принципов гласности, культурного плюрализма и свободы выражения мнения. СМИ как организатор публичного диалога субъектов политического процесса. Цели, формы и методы организации и ведения общественно-политического диалога.  Современные тенденции стирания граней между политической и информационной деятельностью. Ведущие политические журналисты как политические функционеры и политические лоббисты. Корпус политических экспертов и политическая экспертиза как инструмент давления на общественное мнение. Политические, экономические, правовые и профессионально-этические регуляторы политической журналистики. |
| К.М.03 Модуль "Теория и практика редакторской деятельности" |
| К.М.03.01 Теория и методика журналистского творчества  1. Мотивы и функции словесного творчества  Специфика журналистского творчества. Требования к журналистскому мышлению. Жанр как способ организации жизненного материала. Что такое «мыслить жанром»? Жанры, удовлетворяющие интерес аудитории к творческому, личностному преображению фактов. Тенденции диффузии жанров, стирания жанровых границ и устойчивость жанров. Что такое «публицистика», «публицистичность», «художественная публицистика»? В чем сходство и различие художественной публицистики и художественной литературы? «Личностная» журналистка. Образ автора в публицистике. Взаимодействие факта и субъективной позиции публициста.  2. Эссеистика. История жанра эссе  Традиции Мишеля Монтеня в наши дни. Эссе как «универсальный жанр». Эссеизация современной журналистики. Современные теории жанра эссе. Виды эссе. Циклы эссе. Литературное эссе и газетное эссе. Стилистические приемы эссеизации. Колумнистика. Авторские колонки эссеиста, обозревателя и комментатора. Современные теории жанра колонки.  3. Очеркистика  Соединение в очерке наглядно-образного, репортажного начала с аналитическим: очерк как «исследование образными средствами». История жанра очерка. Виды очерков. Возникновение и расцвет физиологического очерка. Русские «физиологии»: вчера и сегодня. Литературный очерк и газетный очерк. Проблемный очерк. Портретный очерк. Путевой очерк. Очерк-зарисовка. Житейская история. Цели и задачи очерка. Социальное обобщение в очерке.  Активность авторского «Я» в очерке, включенность автора в действие. Диалог с читателем в очерке.  Взаимодействие образа и понятия в очерковом обобщении. Факт в очерке. Вымысел в очерке: условность, допущение, гипотеза. Этико-профессиональное требование «открытости» авторской фантазии в публицистике вообще и очерке в частности: авторские фантазии и допущения должны быть маркированы именно в качестве таковых. Образные и стилистические средства, используемые в очерке. Психологический портрет современника в очерке.  4. Особенности сатирической публицистики  Памфлет. Происхождение и судьба жанра. Роль памфлета в политической публицистике. Художественная типизация в памфлете. Что такое памфлетность и как она проявляется в других публицистических и художественных жанрах. Язык и стиль памфлета. Современное состояние жанра.  Фельетон. Происхождение и судьба жанра. Этапное явление для развития отечественного фельетона – сатирические фельетоны Добролюбова и Салтыкова-Щедрина. «Конкретный фельетон» советской журналистики. Современное состояние фельетона. Специфика «фельетонной темы». Публицистическая и рекреативная задачи фельетона. Особенности «фельетонного стиля».  Сатирическая колонка – ироничный комментарий и ироничный монолог. Авторское «Я» и маски фельетониста.  5. Художественная рецензия  Цели и задачи литературно-художественной критики. Критика как способ самосознания искусства и метод осмысления явлений художественной культуры. Критика как способ актуализации искусства в массовом сознании. Правомерность отнесения жанра художественной рецензии к художественной публицистике. Двоякая принадлежность критики, которая включена и в журналистику, и в соответствующее искусство. Виды газетной критики. Моно-рецензия и поли-рецензия. Вкус как совокупность художественных и интеллектуально-нравственных предпочтений.  6. Художественные элементы публицистического текста  Художественная деталь. Портрет, речевая характеристика, пейзаж, диалог. Тропы и фигуры в публицистическом тексте. Точность слова, достоверность образа – непременные требования к тексту публициста. Наблюдательность и тренированная память как необходимые профессиональные качества. Фоновые знания публициста. «Магическое» мышление и мифологический текст. рационалистическое мышление и убеждающий текст. Позитивистское мышление и прагматический текст. «Драйв-мышление» и гедонистический текст. Гуманистическое мышление и смысловыявляющий текст. |
| К.М.03.02 Методика преподавания журналистики  1. Система журналистского образования. Концептуальное содержание понятия «образование». Подходы к журналистскому образованию: выбор концепции. Мировой и отечественный опыт развития журналистского образования. Модели, традиции и центры журналистского образования в России.  2. Педагогика и методика преподавания. Педагогика журналистики как область теории журналистики и практики преподавания. Основные факторы построения методики преподавания: профессионально-практический, нормативный, кадровый, аудиторный, организационно-методический.  3. Нормативный фактор журналистского образования. Государственные образовательные стандарты. Компетентностный подход в преподавании журналистики. Конкретизация стандартов в вузе. Научное знание о журналистике и программа обучения: идейная и структурная взаимосвязь. Учебный план по направлению – основной программный документ журналистской школы.  4. Аудиторный фактор журналистского образования. Формы журналистского образования в высшей школе: очная, очно-заочная, заочная; основное и дополнительное образование. Уровни подготовки: бакалавр, специалист, магистр, аспирант, докторант. Журналистское образование вне высшей школы; непрерывное и всеобщее медиаобразование. Выбор уровня преподавания и критериев оценки успеваемости студентов. Университетская этика взаимоотношений преподавателей со студентами.  5. Кадровый фактор журналистского образования. Понятие профессионального мастерства преподавателя. «Теоретики» и «практики» в учебной аудитории. Предметная специализация преподавателя: кафедральная структура вуза и структура учебного плана. Профессиональное сотрудничество преподавателей и учащихся.  6. Организационно-методический фактор журналистского образования. Виды и объемы педагогических поручений: профессор, доцент, старший преподаватель, ассистент. Формы учебных занятий. Комплекс учебно-методических документов: учебники, учебные пособия, сборники упражнений и тестов, программы, методические указания, рабочие материалы. Проблема студента – штатного сотрудника редакции. |
| К.М.03.03 Теория и методика редакторской деятельности  1. Редакторская подготовка периодических изданий как особый вид журналистской деятельности Журналистика как общественное явление и как социальный институт. Информационные инфраструктуры общества. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности. Журналистика как система СМИ. Основные характеристики современного массово-информационного пространства. Медиарынок. Массовая информация и массовая аудитория. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности, система видов деятельности, литературно-публицистическая деятельность.  2. Свобода и социальная позиция редактора периодического издания Свобода, необходимость, ответственность. Свобода информации. Информационное общество. Понятие «массовая информация». Свобода массовой информации. Социальная информация. Информация с ограниченным доступом. Государственная тайна. Коммерческая тайна. Сведения о частной жизни человека. Ограничения информации в информационном обществе. Свобода мнений.  3. Функции редактора периодического издания  Должностные обязанности и специализация сотрудников редакции. Обязанности редактора газеты и журнала: общее и отличное. Области компетенции редакторов в зависимости от типа, направления, читательского адреса издания. Универсальный набор функций редактора.  Социальные обязанности редактора. «Пространство функций» журналистики. Потребность общества в информации. Доминирующая функция журналистики по информационному обеспечению общества. Информационно-организационная функция редактора. Способность редактора к комплексной оценке номера. Коммуникативная функция журналистики.  4. Основы мастерства редактора периодического издания  Ремесло, профессионализм, выучка. Процесс освоения мастерства, обучение. Понятие «мастер». Мастерство и искусство. Творчество как вид деятельности. Продукт творчества. Новое в продукте творческой деятельности. Объективно и субъективно новое. Способности к творческой деятельности. Журналистика как вид творческой деятельности. Произведение журналиста как результат творческой деятельности. Коллективное творчество. 5. Из истории редактирования периодических изданий (18 век)  Зарождение русской журналистики. Особенности журналистики 18 в. Место и роль редактора в журналистике 18 в.  «Ведомости» и Петр I. Первый официальный редактор и составитель газеты Ф. Поликарпов. Редакторы Ф.А. Головин, М. Аврамов, Б. Волков. Издания Академии наук и Московского университета. Научные издания. Газеты академического характера. 6. Из истории редактирования периодических изданий (первая половина 19 века) Изменения в общественно-политической жизни России. Социальная роль журналистики в 19 в. Положение периодической печати в правление Александра I. Цензурный устав 1804 г. Новые газеты и журналы начала века. Общие характеристики редакторской подготовки периодических изданий первой половины 19 века.  7. Из истории редактирования периодических изданий (вторая половина 19 века) Общие характеристики редакторской подготовки периодических изданий второй половины 19 века.  Журналистика 1855-1870 гг. Положение прессы в правление Александра II. Буржуазные реформы 1860-1870 гг. Журнальная и газетная периодика: смена позиций. Расширение круга читательской аудитории. Общественно-политические позиции журналистики: консервативно-монархические, либеральные (либерально-западнические, славянофильские, почвеннические) и демократические издания. 8. Редакторы 20 века (1900-1945 гг.)  Три периода истории журналистики 20 в.: предоктябрьский, советский и постсоветский. Роль редактора в журналистике 20 века (1900-1945 гг.).  Общая характеристика периодики предоктябрьского периода. Правительственная печать. П.А. Столыпин и «Россия». Развитие газетной периодики. Типы русских газет: «большие», «малые» и «дешевые». «Россия» А.В. Амфитеатрова. «Газета-Копейка» М.Б. Городецкого и В.А. Анзимирова. «Русские ведомости» при В.М. Соболевском. Партийная печать. 9. Редакторы 20 века (1946-2000 гг.)  Роль редактора в журналистике 20 века (1945-2000 гг.). Журналистика первого послевоенного десятилетия. Количественный рост периодических изданий. Журналы «Здоровье», «Юность» (В. Катаев, Б. Полевой), «Ровесник». Газета «Культура и жизнь». Республиканские и областные комсомольские газеты. Городские газеты. Пресса на национальных языках. Центральные темы советской послевоенной прессы. Формы массовой работы. Публицистика Б.Н. Полевого, В.В. Овечкина, Т.Н. Тэсс, М.С. Шагинян, М.А. Шолохова и др. |
| К.М.03.04 Психолингвистические особенности создания и восприятия текстов  1. Психолингвистика и традиционное языкознание. Язык, речь, речевая деятельность. Основные особенности психолингвистических подходов к изучению языка как достояния человека. Психологические и лингвистические основы теории речевой деятельности. Разные подходы к периодизации развития психолингвистики и классификации ее ведущих научных направлений.  2. Текст как объект языковедения. Современные подходы к изучению текста. Слово – высказывание – текст. Лингвистическая теория текста, ее предмет и задачи. Текст как объект психолингвистики. Затекст – текст – подтекст. Понятие интерпретации текста. Когнитивно-дискурсивная парадигма и варианты интерпретации текста. Специфика текстов в СМИ.  3. Моделирование процессов речепроизводства. Специфика процесса продуцирования речи. Некоторые модели речемыслительного процесса. Дискурс: понятие, структура, модусы дискурса (устный, письменный). Проблемы изучения дискурса. Текст и дискурс. Создание текста: психолингвистический и лингвистический аспекты. Языковая личность журналиста.  4. Восприятие и понимание текста. Восприятие и понимание речи: психологический и лингвистический аспекты. Понимание, осмысление, интерпретация как разные формы когнитивного процесса «погружения» в смысловое пространство текста. Роль слова в понимании текста. Опоры при понимании текста. Динамикаисследовательских подходов к пониманию текста. Коммуникативные неудачи в процессе понимания.  5. Типы текстов. Виды информации в тексте. Фактуальная информация, концептуальная информация, подтекстовая (скрытая) информация Функционально-смысловые типы речи (изложения) (описание, повествование, рассуждение).  Создания и восприятия текстов в СМИ  6. Практические и экспериментальные методы и методики изучения текстов СМИ. Ассоциативный эксперимент. Метод семантического дифференциала. Метод субъективного шкалирования. Метод законченных предложений. Метод моделирования смысловых пространств текста. Метод формирования проекции текста.  Язык и речевое воздействие в СМИ. Понятие эффективной речевой коммуникации. Законы, правила, приемы и принципы общения. Речевое воздействие как наука, ее основные категории и разделы. Способы речевого воздействия на адресата. Коммуникативная культура личности. Язык СМИ как основное средство воздействия на массовое сознание. Профессиональное общение журналиста. Искусство интервью.  Прикладные аспекты психолингвистического изучения текста: судебная психолингвистика (психолингвистическая экспертиза), генд)ерный аспект речевой коммуникации, неиролингвистическое программирование, автоматический анализ текста и т.д. Психолингвистическая экспертиза текстов СМИ.  Восприятие текстов СМИ в аспекте межкультурной коммуникации. Модель межкультурной коммуникации, ее роль и эффективность в процессе понимания текстов СМИ. Факторы, обусловливающие национально-культурную специфику речевой коммуникации, и их проявление в СМИ. Стереотипизация речевого опыта журналиста. Лакуна как сигнал специфики языков и культур. Круглый стол «Язык и мир, язык и культура: механизмы приспособления». |
| К.М.03.05 Редакционный менеджмент  1. Редакционный менеджмент: основные понятия и функции. Очерчивание круга тем для изучения. Постановка целей и задач курса. Объяснение форм аудиторной и самостоятельной работы, видов текущего и итогового контроля. Основы редакционного менеджмента: основные понятия и функции. Понятие редакционного менеджмента. Особенности взаимодействия финансового, кадрового, содержательного и маркетингового менеджмента. Степень участия сотрудников издания в планировании и осуществлении редакционного менеджмента.  2. Структура редакционного коллектива традиционных и новых редакций. «Классические» и «новые» редакции: определение, характеристика, принципы функционирования. Структура редакционного коллектива традиционных редакций: специфика работы творческого и технического состава, спорные моменты в делении сотрудников на творческий и технический состав. Распределение функций между сотрудниками редакции. Специфика деления редакционного коллектива на звено управления и звено исполнения. Функции сотрудников звена управления: директора, редактора, замредактора, литературного редактора, ответственного секретаря, бильд-редактора, заведующего отделом. Функции сотрудников звена исполнения: корреспондентов, оператора компьютерной верстки, оператора компьютерного набора, корректора. Структура редакционного коллектива конвергентных редакций: редакторский корпус, сегмент универсальных корреспондентов, технический персонал (специалисты в сфере SММ, SEO и др.). Фиксация прав и обязанностей сотрудников редакции в должностных инструкциях, сравнительно-сопоставительный анализ должностных инструкций сотрудников традиционных и новых редакций.  3. Статус редакции и специфика ее функционирования. Статус редакции: определение, характеристика, принципы формирования. Классификация редакций с точки зрения формы собственности издания: государственные, частные, смешанные. Принципы выбора формы собственности и ее влияние на информационную политику редакции. Этапы регистрации издания как средства массовой информации. Типы СМИ с точки зрения организационно-правовой формы существования: коммерческие и некоммерческие организации. Критерии выбора организационно-правовой формы функционирования редакции.  4. Основы финансового менеджмента современных СМИ.  Цели и задачи финансового менеджмента. Основные редакционные документы, которые определяют финансовую политику редакции: Устав редакции, Учредительный договор, Штатное расписание, Положение о расчете гонорара. Понятие капитала редакции: основного и оборотного. Виды доходов и расходов редакции. Понятие рентабельности и прибыльности СМИ (формула их вычисления). Способы увеличения доходов и сокращения расходов редакции (оптимизация работы редакции). Значение рекламы в финансовом менеджменте масс-медиа. Бизнес-план издания как основа финансового менеджмента. Технология разработки и презентации бизнес-плана СМИ.  5. Основы кадрового менеджмента и принципы его эффективной реализации. Правильная кадровая политика издания как залог успешного развития редакции. Структура редакционного коллектива. Этапы формирования редакционного коллектива. Особенности функционирования редакционного коллектива. Типология команд. Правила подбора сотрудников редакции. Роль лидера в редакционном коллективе. Виды и способы управления коллективом. Конфликтное сотрудничество в редакции: типы конфликтов, пути их решения. Формы и виды стимулирования творческого потенциала сотрудников редакции. Роль организации и самоорганизации в деятельности сотрудников редакции. 6. Содержательный менеджмент и основы редакционного планирования. Понятие и структура концепции СМИ. Разработка концепции печатного издания: содержательная, композиционная, графическая модель. Разработка концепции электронных и онлайновых СМИ: содержательная, композиционно-графическая модель. Действие законов эффективности при разработке концепции. Этапы анализа моделей печатного / электронного издания, виды их взаимодействия. Планирование деятельности редакции: характеристика, виды и функции. Методика планирования работы редакционного коллектива. Планерки и летучки как основа системы внутреннего мониторинга редакционного менеджмента. Осуществление контроля выполнения текущего и перспективного планов. 7. Основы маркетингового менеджмента.  Маркетинговый менеджмент — основы «товарной политики». Работа журналистов в условиях рынка. Положение на российском рынке СМИ. Способы позиционирования и продвижения информационного товара на рынке масс-медиа. Виды маркетинговых исследований. Роль обратной связи в маркетинговых исследованиях. Специфика реализации обратной связи в прессе, на радио, телевидении и в интернет-изданиях. Формы и методы мониторинга целевой аудитории: анкетный опрос, блиц-опрос, прессовая анкета, раздаточная анкета и т. д. Специфика проведения контент-анализа и системного анализа СМИ. 8. Перспективы развития редакционного менеджмента, связанные с функционированием редакций в условиях конвергенции и мультимедийности. Конвергенция и мультимедийность: определение, характеристика, принципы реализации и точки пересечения. Типология конвергентных редакций, роль масс-медийных холдингов в формировании информационного рынка в России и за рубежом. Мультимедийность, интерактивность и гипретекстуальность: общее и особенное. Классификация мультимедийных редакций, технология их работы, причины и последствия трансформации редакционного менеджмента. |
| К.М.03.06(П) Производственная практика (профессионально-творческая практика)  Указание вида практики, способа и формы ее проведения  Вид практики: Производственная практика.  Тип практики: Профессионально-творческая практика.  Способы проведения практики: стационарная; выездная.  Форма проведения практики: дискретно.  Производственная практика в соответствии с учебным планом проводится:  Очная форма обучения - 2 курс, 3 семестр  Заочная форма обучения - 2 курс, 4 семестр |
| К.М.03.07(Пд) Производственная практика (преддипломная практика)  Указание вида практики, способа и формы ее проведения  Вид практики: Производственная практика.  Тип практики: Преддипломная практика.  Способы проведения практики: стационарная; выездная.  Форма проведения практики: дискретно.  Производственная практика в соответствии с учебным планом проводится:  Очная форма обучения - 2 курс, 4 семестр  Заочная форма обучения - 3 курс, 5 семестр |
| К.М.03.ДВ.01 Элективные дисциплины (модули) |
| К.М.03.ДВ.01.01 Публицистика как вид творчества  1. Образно художественные способы отражения и воздействия в журналистике.  Потребности, возможности и пределы применения образа в журналистике. Познавательные и выразительные возможности образа в художественно-публицистическом тексте.  2. Очерк. Историческое и современное бытование жанра.  Очерк: жанрообразующие факторы (потребность, предмет, метод). Традиции очерка. Исторические формы русского очерка. Очерк советский. Современное бытование очерка.  3. Виды очерков. Дифференцированность жанровых задач и видовые особенности.  Проблемный очерк. Особенности поэтики проблемного очерка. Метафоризация и персонификация логических тезисов. Путевой очерк. Своеобразие поэтики. Очерк нравов. Этнографический очерк. Портретный очерк. Способы социальной типизации. Социальный портрет. Политический портрет. Личность и судьба человека как предмет журналистики. Очерк жизненного пути. Очерк творчества (творческий портрет). Проблема использования персональных данных в очерке. Предмет и правовое поле судебного очерка.  4. Эссе. Жанрообразующие факторы.  Социально-культурные потребности, породившие жанр. Задачи и предмет эссе. Адресаты эссе.  5. Способы анализа художественного произведения в эссе.  Эстетический и социолого-публицистические способы анализа. Приемы образно-художественной интерпретации произведения искусства. Жанровые модификации. Особенности работы над эссе. Право на публичное выражение мнения и оценки в эссе.  6. Фельетон. Жанрообразующие факторы.  Социальные потребности, породившие жанр фельетона. Предмет фельетона. История жанра. Фельетон в российской газете. Советский фельетон. Современное бытование жанра.  7. Фельетон. Способы создания образа.  Комический и сатирический образы-приемы создания и коммуникативный эффект. Сатирические заострение и проблема неприличной формы (оскорбление). Виды фельетонов. |
| К.М.03.ДВ.01.02 Аналитическая журналистика  1. Аналитические жанры в газете. Колонка  Колонка как жанр. Колумнистика – феномен западной прессы. Колумнистика в отечественных печатных СМИ. Образ автора. Парадоксальность подачи материала в колонке. Стиль колонки. Связь колонки с другими жанрам  2. Корреспонденция в газете  Корреспонденция как жанр. Вопрос о типах корреспонденций. Информационная корреспонденция. Аналитическая корреспонденция. Признаки корреспонденции.  3. Комментарий как аналитический жанр  Комментарий как жанр. Особенности отражения действительности в комментарии. Способы комментирования событий и процессов.  4. Статья в газете  Статья как жанр. Виды статей. Общетеоретическая статья, практико-аналитическая статья, научно-популярная статья, полемическая статья, передовая статья. Задачи статьи. Признаки статьи. Этапы создания статьи. Группировка данных. Установление причинно-следственных связей. Оценка. Прогнозирование. Методы аналитического познания действительности в статье. Композиция статьи. Стилистические особенности статьи.  5. Рецензия в прессе  Рецензия как жанр. Виды рецензий. Рецензия-статья, рецензия-интервью, рецензия-фельетон, рецензия-очерк. Задачи рецензента. Глубина критического выступления. Отображение объекта критики. Объем рецензии. Специальная терминология в рецензии.  6. Обозрение  Обозрение как жанр. Виды обозрений. Политическое обозрение. Экономическое обозрение. Культурное обозрение. Спортивное обозрение. Обзор прессы как жанр. Виды обзоров прессы.  Тематический обзор прессы.  Информационный обзор прессы. |
| К.М.03.ДВ.02 Элективные дисциплины (модули) |
| К.М.03.ДВ.02.01 Расследовательская журналистика  1. Традиции и опыт расследовательства в творчестве дореволюционных российских писателей и журналистов  Предшественники современных журналистов-расследователей: А.С. Пушкин («История Пугачева»), А.П. Чехов («Остров Сахалин»), Ф.М. Достоевский («Пожары»), В.Г. Короленко («Мултанское жертвоприношение»), В.А. Гиляровский («Москва и москвичи») и др. Их роль в пропаганде и защите идеалов справедливости, гуманного отношения к людям, торжества законов.  2. Зарубежный опыт расследовательства  Зарубежный опыт как источник становления современной российской журналистики расследований. Расследовательские мотивы в творчестве известных зарубежных писателей и журналистов (Юхан Стриндберг, Эмиль Золя, Теодор Вольф, Марк Твен и др.). Расследовательская журналистика Запада и демократические ценности.  Западные «инвестигейтеры», «разгребатели грязи», «папарацци», своеобразие их творчества. Влияние западных традиций на современную российскую расследовательскую журналистику.  3. Расследовательские структуры в современных СМИ России  Особенности расследовательских структур в периодической печати на примере газет «Совершенно секретно», «Версия», «Ваш тайный советник», «Stringer» и др. Опыт организации данного типа изданий, их кадровая структура, техническое оснащение, установление связей с правоохранительными органами, различными источниками информации. Практика расследований в общеполитических, иных СМИ («Новая газета», «Московский комсомолец» «Комсомольская правда»; ТВ-передачи: Параллели, РТР; Независимое расследование Н. Николаева, НТВ и пр.); деятельность отдельных журналистов-расследователей в изданиях разного типа.  Агентства журналистских расследований в структуре современных российских СМИ (на примере Агентства журналистских расследований А. Константинова в Санкт-Петербурге). Особенности этого типа организаций как «симбиоза» информационного агентства и частного сыскного бюро. Опыт создания и специфика работы.  Расследовательские Интернет-сайты. Современные компьютерные технологии на службе у расследовательской журналистики. Общая характеристика публикаций расследований в «Фри ланс бюро» и других Интернет-изданиях. Условия создания, характер оформления расследовательского сайта в Интернете.  Цели создания разными СМИ расследовательских структур. Их значение для повышения престижа прессы и реальная польза для общества. Удачный и неудачный опыт работы такого рода структур. Роль и возможности отдельного журналиста-расследователя в деятельности СМИ (на примере центральных, региональных и провинциальных изданий). Перспективы структурного развития расследовательских структур в СМИ России.  4. Цели и предмет расследований  Расследовательская журналистика в системе современных видов журналистской деятельности. Цель расследовательства как один из основных факторов, предопределяющих его своеобразие. Соотношение понятий «расследовательская журналистика» и «журналистское расследование». Журналистское расследование как отдельный акт расследовательской деятельности. Ее особенности у российских расследователей. Различие целей журналистских и криминальных расследований правоохранительных органов, а также экспертных расследований в различных сферах современной деятельности. Отличие целей реальных журналистских расследований от «сливов» правоохранительных органов, «компромата», «заказных материалов».  Предмет расследования в журналистике. Его своеобразие: прежде всего разного рода преступления, происшествия, конфликты, исторические и иные, кроме государственной и военной тайны. Виды предметов и характер расследования.  5. Методы расследовательской журналистики  Своеобразие журналистского расследования. Общезначимые методы (эмпирические и теоретические). Целесообразность как принцип применения различных методов в расследовании. Общее и специфическое в методике расследователей, занимающихся иными видами журналистской деятельности. Характеристика основных методов журналистского расследования.  Эмпирические методы в расследовании: наблюдение, интервью, беседа, анализ документов, анкетирование, опрос, теоретический и практический эксперименты, криминально-следственные методы.  Теоретические методы в расследовании: формально-логические (индуктивные, дедуктивные, традуктивные умозаключения); содержательно-теоретические (анализ и синтез, гипотетический метод, метод историзма, логический метод, мысленный эксперимент, причинно-следственный анализ, оценочный анализ, прогностический анализ, программирование).  6. Организация и этапы журналистского расследования  Формирование замысла. Замысел и предмет конкретного расследования. Своеобразие и виды предметов. Факторы, влияющие на их выбор. Целесообразность как основной принцип выбора конкретного предмета расследования. Ситуативные факторы. Их влияние на выбор других факторов.  Замысел и цель конкретного расследования. Характеристика целей (выяснение социальных причин события; выявление криминальных или прочих мотивов совершаемых действий; разоблачение конкретных виновников или установление участников события; определение возможных последствий расследуемого события; раскрытие исторической, а также иной тайны и т.п.).  Замысел и методы расследования. Влияние на выбор методов расследования его предмета. Своеобразие методов. Факторы, влияющие на выбор методов расследования (степень владения ими журналистом, возможность применения в конкретной ситуации, прогнозируемая эффективность использования того или иного метода и пр.).  Замысел и его исходные информационные основания (слухи, публикации СМИ, случайные разговоры, личные наблюдения журналиста, сообщение редактора, коллег, сведения из Интернета и т.п.).  Сбор первичной информации. «Слепой» ее поиск на определенном этапе. Беседы со всеми возможными носителями необходимой информации (очевидцами и другими свидетелями, потенциальными участниками заинтересовавших журналиста событий). Чтение документов (дневников, писем, докладных, протоколов и прочего, предположительно имеющего отношение к делу). Интервью с экспертами, представителями правоохранительных органов и другими специалистами, возможно, участвующими в расследовании как представители правоохранительных структур.  Формирование расследовательской гипотезы. Ее понятие в журналистском расследовании. Соотношение понятий «предположение» и «версия» с гипотезой. Цель, функциональное значение гипотезы в расследовании. Особенности выдвижения, факторы, влияющие на характер гипотезы.  Сбор основного материала (проверка гипотезы). «Сфокусированность» информационного поиска на конкретном этапе расследования. Обращение к участникам интересующего журналиста события, представителям правоохранительных структур, иных организаций, занимающихся им, а также изучение литературы и документов по исследуемому вопросу.  Осмысление, окончательная обработка собранной информации. Выявление основных взаимосвязей предмета расследования, установление причинно-следственных отношений, определение конкретных действующих лиц изучаемой ситуации, роли, последствий их действий, оценка этих действий с точки зрения общественных ценностей (известных законов, этических норм и пр.).  7. Особенности расследований разных видов  Политические преступления. Понятие политического преступления (подтасовка результатов голосования при выборах депутатов парламента или президента; заключение международных договоров и соглашений, наносящих ущерб стране, и т.п.). Методы расследования политических преступлений.  Коррупция. Понятие коррупционного преступления (например, содействие чиновником за взятку заключению выгодного для коммерсанта соглашения на поставку товаров государственного предприятия). Уровни коррупционных преступлений. Виды коррупции. Особенности журналистского расследования коррупции в высших эшелонах власти.  Экономические преступления. Понятие экономического преступления (незаконное предпринимательство, организация «теневого» бизнеса, использование экономических ресурсов государства для личной выгоды и пр.). Условия и возможности расследования экономических преступлений при рыночных отношениях. Методы расследования. Трудности в расследовании экономических преступлений.  Экологические преступления. Понятие экологического преступления как нанесения ущерба природе и человеку. Виды экологических преступлений и правонарушений и особенности их расследований журналистом. Значение расследований экологических преступлений для аудитории СМИ и страны в целом. Методы расследования экологических преступлений.  Социально-бытовые преступления. Понятие социально-бытовых преступлений (например, «семейные разборки» с тяжелыми для их участников последствиями). Степень оправданности такого рода расследований в журналистике. Методы расследования социально-бытовых преступлений.  Исторические тайны. Понятие исторической тайны (непонятные события в прошлом: например, таинственная смерть наследника престола во времена правления Бориса Годунова; смерть Сергея Есенина и Владимира Маяковского; отречение царя Николая Второго от престола и т.д.). Значение подобных расследований для журналистики и аудитории СМИ. Методы расследования на историческую тему.  8. Создание текста журналистского расследования  Принципы построения текста. «Констатирующий» подход к изложению материала. «Драматургическое» построение. Первоначальное изложение материала. Уточнение наиболее интересных для аудитории моментов, установленных при расследовании. Изложение основной идеи выступления и фактов (аргументов), из которых она вытекает. Уточняющие мысли и факты. Логическое построение публикации. Корректировка расположения разных частей текста, исходя из представления о психологических особенностях восприятия информации аудиторией, которой он предназначается.  Достоверность как важнейшее требование к тексту журналистского расследования. Предпосылки его достоверности. Соотношение понятий достоверности, доказательности, убедительности. Понятие доказательного рассуждения в журналистике. Доказательность изложения и «очевидность» используемых фактов. Необходимость логической выдержанности доказательного рассуждения в журналистском расследовании. Понятие аргументации и ее роль в создании доказательных текстов. Основные типы аргументации, используемой журналистами-расследователями. Соотношение фактологических и эмоциональных доводов в расследовании. Предназначение аргументов разных типов. Типичные ошибки аргументации в современных журналистских расследованиях.  Язык текста журналистского расследования как условие ясности изложения фактов, мыслей автора. Требования к языку. Точность изложения и образность, их соотношение в тексте. Основные языковые средства, применяемые в текстах журналистских расследований. Место жаргона, сленга, новояза. Классический языковой стиль и его место в арсенале журналиста-расследователя.  9. Источники информации и доступ к ней  Государственные учреждения как источник информации. Основные характеристики источника. Официальный характер информации, получаемой из государственных учреждений. Степень достоверности предоставляемой ими информации. Типы «государственной» информации. Особенности ее получения из учреждений разного типа.  Правоохранительные органы как источник информации. Важность использования в журналистском расследовании информации из правоохранительных органов. Специфика и условия ее получения. Учет возможности «слива» или умышленного предоставления правоохранительными органами односторонней, компрометирующей их «естественных оппонентов» из других государственных служб (например, ФСБ) информации.  Общественные организации как источник информации. Их виды. Характер информации, предоставляемой организациями разных типов. Уместность использования информации из той или иной общественной организации в конкретном расследовании. Особенности взаимодействия журналиста-расследователя с подобным источником информации.  Политические и государственные деятели как источник информации. Оценочный компонент как основной показатель значимости информации, получаемой от государственных деятелей и политиков, его влияние на характер этой информации. Другие характеристики данного источника. Особенности установления связи с источниками такого типа. Необходимость и уместность использования информации из этих источников в разных видах журналистских расследований. Возможность использования данных лиц для получения доступа к источникам информации других типов.  Библиотеки, общая и специальная литература как источник информации. Особая роль специальной литературы в осуществлении журналистских расследований. Виды этой литературы. Открытая и закрытая (секретная) литература. Возможности, границы, форма использования информации из разных видов спецлитературы.  Архивы как источник информации, их важность для расследования. Основные российские архивы. Пути доступа к их информационным ресурсам. Степень достоверности архивной информации. Ее роль на разных этапах журналистского расследования. Основные правила работы с архивными источниками. Особенности использования архивов частных лиц. Личный архив (досье) журналиста как источник информации. Создание архива журналистом-расследователем как важнейшая предпосылка его успешной деятельности. Правила формирования личного архива (досье). Тематические, персональные, проблемные досье в личном архиве. Варианты использования личного архива.  Интернет как источник информации. Значение компьютерных технологий в журналистике. Основные направления эффективного применения компьютера в расследовании. Достоинства и недостатки компьютерных технологий с точки зрения задач и целей журналистского расследования. Интернет как источник новейшей, оперативной информации. Информация из Интернета как вероятностные сведения. Пределы использования web-информации. Необходимость и опасность ее применения. Пути преодоления данной опасности. Ограничения в использовании информации, полученной с помощью компьютера.  10. Преграды в расследовательской деятельности журналиста  Познавательные преграды. Компетентность в теме и предмете расследования – важнейшее условие его эффективности. Предпосылки и пути роста компетентности журналиста. Роль профессиональных навыков в преодолении познавательных барьеров. Постоянное повышение уровня знаний – необходимое условие успешности расследовательской деятельности журналиста.  Административные преграды. Понятие административных преград в деятельности журналиста. Внутренние и внешние преграды. Причины их возникновения. Условия и способы преодоления административных преград.  Противодействие лиц, деятельность которых журналист расследует, и его неизбежность. Возможный характер противодействий данного рода. «Маскировка» расследования как важнейший путь нейтрализации противодействия.  Правовые и этические ограничения  Правовое «поле» журналиста-расследователя. Основные нормативные документы, регулирующие его деятельность. Соотнесенность требований различных законов при расследовании. Опыт действия в типичных правовых ситуациях. Поведение журналиста-расследователя при угрозе судебного преследования. Пути и методы защиты от необоснованного судебного преследования (опыт использования помощи правозащитных организаций, Судебной палаты по информационным спорам при Президенте РФ, Фонда защиты гласности и пр.).  Необходимость соблюдения этических требований в журналистском расследовании. Сущность основных этических требований и их роль в деятельности журналиста. Цель и средства их достижения в расследовании с точки зрения этики. Требования «профессионального долга» и необходимость соблюдения норм морали в расследовании. Коллизии, возникающие между ними. Возможность «морально выдержанного» журналистского расследования.  11. Безопасность журналистского расследования  Личная безопасность журналиста-расследователя. Понятие личной безопасности журналиста. Кто и что может ему угрожать? Наиболее опасные периоды расследования. Личная безопасность в ситуации обычного журналистского расследования. Личная безопасность при проведении расследования в кризисных ситуациях (во время военных действий, стихийных бедствий, межэтнических конфликтов и пр.).  Информационная безопасность журналистского расследования. Понятие информационной безопасности. Виды информационной опасности. Утрата полученной информации. Использование дезинформации, что особенно актуально в связи с растущим применением компьютерных технологий в журналистском расследовании. Методы обеспечения сохранности полученной информации, предупреждение использования дезинформации. |
| К.М.03.ДВ.02.02 Теория и практика медиакритики  1. Критика как познавательно-ориентирующая деятельность.  Характеристика понятия «медиакритика» (журналистская критика средств массовой информации). Становление медиакритики как особой области журналистики в России и за рубежом. Предмет и свойства медиакритики. Актуальность, публицистичность и научность, программность медиакритики. Ограничительное влияние фактора корпоративности на критику средств массовой информации. Особенности медиа-критики как творческой деятельности. Профессиональные требования к журналисту – критику СМИ. Виды журналистской критики средств массовой информации: академическая, внутрикорпоративная, массовая. Гражданские формы медиакритики. Специализации в медиакритике: телевизионная критика, критика радио, критика периодики, сетевая критика  2. Академическая медиакритика в России.  Актуальные тенденции развития отечественной внутрикорпоративной медиакритики (по материалам журналов «Журналист», «Профессия – журналист», «Среда»). Массовая медиакритика в периодической печати. Медиакритика на ТВ. Медиакритическая публицистика в “толстых” журналах. Ведущие российские журналисты и публицисты - критики СМИ.  3. Функции медиакритики, их соотношение с базовыми функциями журналистики: Информационно-коммуникативная функция медиакритики. Познавательная функция медиакритики. Подфункции мониторинга СМИ, анализа, интерпретации, оценки и прогноза в познавательной деятельности критика средств массовой информации. Содержание СМИ как объект анализа, интерпретации и оценки в медиакритике. Применение контент-аналитических, семиотических, культурологических, филологических и других исследовательских методик в медиакритике.  Регулятивная функция критики средств массовой информации. Медиакритика как регулятор в системе профессионально-этического регулирования деятельности деятельности журналистов и других создателей медийного содержания. Роль медиакритики в анализе, развитии и совершенствовании профессионально-этических и профессионально-творческих правил и норм деятельности журналистов и других создателей медийного содержания, в поддержании этической и языковой нормативности медийных текстов.  Коррекционная функция медиакритики. Проблема социального реализма содержания средств массовой информации. Роль медиакритики в коррекции восприятия медийного содержания аудиторией. Коррекция неточностей, искажений информации, манипулятивных элементов (мифов, стереотипов, имиджей). Роль медиакритики в коррекции социально вредных стереотипов (этнических, расовых, половых, возрастных, культурных и пр.).  Просветительская функция медиакритики. Роль критики СМИ в развитии массового медиаобразования населения, в формировании общественной культуры рационально-критического анализа, интерпретации и оценки медиатекстов и социального функционирования СМИ. Социально-организаторская функция медиакритики, её реализация в деятельности гражданских организаций медиамониторинга и медиакритики. Коммерческая функция медиакритики в условиях информационного рынка.  4. Медиакритика в системе коммерческого продвижения средств массовой информации, информационных продуктов и услуг.  Формы презентации произведений медиакритики в средствах массовой информации (колонки обозревателей в газетах и журналах, специальные программы и рубрики в теле- и радиопередачах, специализированные издания, сайты и странички в Интернете). 5. Жанры отечественной медиакритики (обозрение, обзор, рецензия, статья, комментарий, эссе, творческий портрет, фельетон, интервью, реплика и др.).  Медиакритика и общественные дебаты по проблемам социального функционирования средств массовой информации.  Медиакритика и доверие граждан к средствам массовой информации. Участие медиакритики в решении проблем защиты гуманистической культуры, поддержания здорового психологического и нравственного климата в обществе, обеспечения безопасности граждан. Медиакритика и международная информация в СМИ.  6. Демократический потенциал медиакритики, её возможности в формировании демократической гражданской культуры населения, в оказании влияния на политический процесс.  Роль демократической медиакритики в отстаивании информационных прав граждан. Значение медиакритики в период предвыборных кампаний. Возможности медиакритики в противодействии манипулятивному влиянию СМИ на массовую аудиторию в политических целях. Медиакритика и “информационные войны”.  7. Государственная информационная политика, правовое регулирование СМИ, влияние экономических факторов и отношений собственности на деятельность средств массовой информации, коммерциализация СМИ как объекты медиакритического анализа.  Медиакритика и гражданское общество. Медиакритика и подотчётность СМИ перед обществом. Медиакритика как форма общественного и группового влияния на средства массовой информации и журналистов в условиях демократии. Опыт деятельности зарубежный гражданских организаций и объединений медиамониторинга и медиакритики. Медиакритика и «медиактивизм» – общественная активность граждан, направленная на средства массовой информации. 8. Медиакритика и Интернет.  Возможности сетевой медиакритики и их практическое использование. Развитие и перспективы сетевой медиакритики в России. Сетевые ресурсы отечественной и зарубежной медиакритики. |
| К.М.03.ДВ.03 Элективные дисциплины (модули) |
| К.М.03.ДВ.03.01 Язык и стиль СМИ  1. Текстовые категории медиа, обеспечивающие функцию сообщения. Виды, цели и задачи СМИ. Сфера функционирования и основные черты современных СМИ. Дискурс СМИ. Специфика понятий «средства массовой информации», «масс-медиа».  2. Информационная насыщенность и информативность современных журналистских текстов. Информационная природа журналистской деятельности. Журналистика в свете теории информации. Понятие информативности. Информационная деятельность СМИ. Сущность и специфика массовой информации. Место журналистики в общественной жизни и ее роль в организации массовых информационных процессов. Функции и роль современной журналистики.  3. Язык и стиль как знаковая система и как система выразительных средств в журналистике. Аспекты изучения языка СМИ: семиотический, психолингвистический, когнитивный, социологический, культурологический. Язык СМИ как особый язык социального взаимодействия и средство воздействия на общественное сознание Место СМИ в системе функциональных стилей современного русского литературного языка. Жанровое и стилистическое разнообразие языка СМИ. Основные тенденции развития языка и стиля СМИ в условиях современной России.  4. Типология текстов. Стили СМИ. Принципы классификации стилей. Вопрос о стилях языка и стилях речи. Определение функционального стиля. Классификация функциональных стилей языка. Экстралингвистические и лингвистические предпосылки дифференциации функциональных стилей, важнейшие стилеобразующие признаки. Вопрос о системности функционального стиля и о границах между стилями. Понятие стилевой нормы. Понятие о подстиле, жанре, типе речи.  Типология печатных СМИ, электронных СМИ, сетевых СМИ, телевидения и радиовещания.  5. Экспрессивность современного текста. Языковая игра в СМИ Экстралингвистические факторы, влияющие на развитие языка СМИ. Информационная норма в языке СМИ. Употребление разностилевых средств языка. Экспансия разговорной речи. Интертекстуальность. Языковая игра. Изменение в жанровой системе. Изменения в стилистике разнотипных изданий.  6. Анализ особенностей стиля издания: имидж издания и его стиль, стиль качественной прессы, стиль массовых изданий, заголовок как элемент имиджа издания. Имидж периодического издания; его связи с особенностями целевой аудитории издания; влияние имиджа газеты на содержание, тематику и дизайн ее номеров;  роль названия газеты в формировании её имиджа, роль и значение заголовков в формировании дизайна периодического издания;  какие виды заголовков используют в газете; заголовочный комплекс; какое значение для газеты имеет система ее рубрик и как она формируется.  7. Отражение современной культуры в текстах СМИ: локальная и интегральная культура, диалог культур и его основания, понятие «массовая культура». Восприятие и понимание речи: психологический и лингвистический аспекты. Понимание, осмысление, интерпретация как разные формы когнитивного процесса «погружения» в смысловое пространство текста. Роль слова в понимании текста. Опоры при понимании текста. Динамика 5 исследовательских подходов к пониманию текста. Коммуникативные неудачи в процессе понимания. Язык СМИ как основное средство воздействия на массовое сознание. Профессиональное общение журналиста. Искусство интервью.  8. Психолингвистические особенности языка СМИ: деятельность СМИ в процессе общения, психолингвистическая модель речевого воздействия, характеристики общения и язык СМИ, образ события в СМИ, механизмы введения в заблуждение, основанные на расхождениях в образе события.  9. Диалогичность журналистского текста. Диалектика формы и содержания в тексте как продукте авторского творчества журналиста. Многофункциональность продукта творческой деятельности журналиста. Творческие подходы к выбору содержания и формы журналистского текста. Тенденции развития текстовых форм в журналистском творчестве. |
| К.М.03.ДВ.03.02 Современные тенденции в дизайне СМИ  1. Принципы оформления печатных и электронных изданий  Типология СМИ по характеру аудитории (общероссийские; территориальных общностей; издания, адресованные группам, образованным на основе разделения труда; возрастным группам и т. д.). Типология СМИ по целевому назначению (издания, реализующие цели субъектов политики, связанные с духовным производством и т.д.) Типология СМИ по характеру информации (универсальные; предметно-тематической специализации и т.д.) Периодичность; время выхода; объём информации; формат родания. Структура журнальной периодики. Современный этап развития периодики. Понятие «лицо газеты».  2. Принципы оформления печатных и электронных изданий  Требования к рукописи, представленной в газету. Различные виды правки (правка-обработка, правка-переделка, правка-сокращение, правка-вычитка). Требования к результатам редактирования; четкость формулировок; точ­ность языка; простота и ясность языка; оформление рукописи. Причины возникновения ошибок. Часто встречающиеся ошибки. Корректурные знаки. Приемы исправления ошибок (слитно-раздельно, заглавная – прописная буквы, замена неправильных букв, удаление ненужной буквы; обозначение абзаца и т.д.).  3. Газета и ее структура.  Модель газеты. Заглавие газеты: заголовочный комплекс; смысл названия; размер и размещение заголовка. Служебные детали. Колонтитул, приемы оформления и место расположения колонтитула. Выходные данные, размещение выходных данных; сведения, содержащиеся в них. Приемы оформления первой полосы: анонс, содержание номера. Авторская подпись: размещение и оформление авторской подписи; групповая подпись; факсимиле - причины употребления, масштаб факсимиле. Формат текстовых колонок.  4. Оформление газеты  Выключка – расположение строк в текстовом блоке относительно полей. Выключка влево, вправо, по центру, по формату. Полная (принудительная) выключка. Лид (вводка), приемы оформления, функции лида. Выносы в тексте, их отличие от лида. Разделительные средства (линейки, рамки, полурамки, пробелы, концовки, фигурные элементы, украшения). Средства выделения в газете (крупный кегль шрифта, разрядка, шрифты различных гарнитур, нешрифтовые выделения и т.д.). Фоновые подложки, выворотка. Элементы шрифта: верхний и нижний выносные элементы, кегль, засечки, внутрибуквенный просвет и т.д. Виды шрифтов: шрифты с засечками (антиква); шрифты без засечек (гро­теск); рукописные шрифты; декоративные; альтернативные шрифты. Характеристика шрифтов: насыщенность, пропорции, наклон, начертание, кегль, гарнитура, кернинг, трекирнг, контрастность. Понятие «интерлиньяж». Компьютерное экспериментирование со шрифтами. Экономичность и удобочитаемость шрифта. Шрифтовые каталоги. Шрифты основных газетных текстов и заголовков.  5. Оформление электронных изданий  Функции газетных заголовков. Требования к заголовкам. Заголовочный комплекс, виды заголовков: рубрика; обыкновенный заголовок; подзаголовок. Оформление заголовочного комплекса. Шапка, виды и оформление шапок. Оформление однострочных» двухстрочных, трехстрочных и многострочных заголовков. Смысловое единство. Типичные ошибки в оформлении заголовков. Размещение заголовков. "Утопленный" заголовок. Приемы достижения экспрессии в газетных заголовках.  6. Российский и зарубежный опыт оформления электронных изданий  Функции газетной иллюстрации. Тоновые и штриховые иллюстрации. Виды иллюстраций: репортажный снимок, портрет (индивидуальный, групповой, обобщенный), пейзаж (сельский, городской), фотоэтюд, на­тюрморт, интерьер и экстерьер, фотоочерк, коллаж, карикатура, дружеский шарж, юмористический рисунок, плакат, репродукция, диаграмма, чертеж, технический рисунок, картограмма, клишированный заголовок). Форма и размер иллюстраций. Самостоятельная иллюстрация; иллюстрация в тексте. Размещение иллюстрации на полосе. Требования к газетной иллюстрации.  7. Сайты. Разработка шаблона  Понятие верстки. Задача и сверхзадача верстки. Виды верстки: по конфигурации материалов (простая, ломаная), по направлению разверстки материалов на полосе (вертикальная, горизонталь­ная), по степени симметрии (симметричная, асимметричная).  Требования к макету. Виды макетов (расклейной, графический). Условные обозначения при гра­фическом макетировании; масштабность. Процесс макетирования. Дизайн - художественное конструирование полос. "Обтекание" текста. Тематическая страница. Простая и составная тематические страницы. Формы подачи материала, приемы оформления. Спецвыпуск как разновидность тематической полосы. Газетный разворот; разнотемный и тематический. Страница-плакат. Обменная страница. "Газета" в газете. Сменная страница. |

Блок 3.Государственная итоговая аттестация

|  |
| --- |
| Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы  В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика» (уровень магистратуры), направленность (профиль) программы «Редакторская деятельность в сфере средств массовой информации» в Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.  Решением Ученого совета Академии (протокол №11 от 27.06.2016г.) государственный экзамен не включён в состав государственной итоговой аттестации.  Объем государственной итоговой аттестации - 9 з.е. (4 недели, 324 академических часов). |

ФТД.Факультативы

|  |
| --- |
| ФТД.01 Информационные агентства  1. Общее понятие об информационном агентстве.  Общее понятие об информационном агентстве. Основные функции информационных агентств. История появления первых информационных агентств. Основные виды информационных агентств. Общая характеристика структуры информационного агентства. Основные информационные продукты информационных агентств. Основные формы взаимодействия информационных агентств с другими СМИ. Специфика журналистской деятельности в информационных агентствах.  2. История и современное состояние зарубежных информационных агентств.  История и современное состояние агентства Рейтер. История и современное состояние информационного агентства Франс Пресс. История и современное состояние информационного агентства Ассошиэйтед Пресс. История и современное состояние информационного агентства Киодо Цусин. История и современное состояние информационного агентства ДПА. История и современное состояние информационного агентства ЭФЭ. История и современное состояние информационного агентства АНСА. История и современное состояние информационного агентства Синьхуа. Основные информационные агентства стран СНГ.  3. История информационных агентств в России.  Возникновение информационных агентств в России. Общая характеристика РОСТА. «Окна РОСТА». История создания и развития ТАСС. ТАСС в годы Великой Отечественной войны и «холодной» войны. АПН.  4. Современные российские информационные агентства.  Общая характеристика информационного агентства ИТАР-ТАСС. История и современное состояние информационного агентства Интерфакс.История и современное состояние информационного агентства «Россия сегодня». Общая характеристика РБК.  Общая характеристика информационного агентства Росбалт. Региональные информационные агентства в России. РИА Сибирь как региональное информационное агентство. Омские информационные агентства.  5. Журналист и коллектив информационного агентства  Организация поиска информации с помощью поисковых машин  Мировые информационные сети: правила поиска информации. Основные структурные элементы, принципы работы, характеристики поисковых систем. Организация поиска информации с помощью поисковых машин.. Цели и типы поисковых запросов. Технология поиска информации в Интернете. Виды запросов. Оценка поисковых запросов. Методика составления семантического ядра. Оценка семантического ядра. Качество поисковых машин. Характеристика и язык запросов поисковых машин Alta Vista, Rambler, Yandex.  Вопросы эффективности поиска информации в Интернете. Методы поиска информации в каталогах Yahoo, List.ru. Этапы разработки веб-сайта. Структура веб-сайта. Принципы создания пользовательского интерфейса и поддержка структуры сайта. Основные принципы дизайна при разработке веб-сайта.  Специальные редакторы для разработки WEB-страниц.  6. Информационное агентство, власть и гражданское общество  Информационные агентства и Интернет. Роль информационных агентств в формировании общественного мнения. Информационные агентства в международной политике. Информационные агентства и информационные войны. Освещение военных конфликтов информационными агентствами. |
| ФТД.02 Современный российский медиадискурс  1. Газетно-журнальная периодика.  Массовая и качественная печать: конкурентная борьба. Типология периодической печати. Качественные, массовые и качественно-массовые газеты. Типология газет. Особенности рынка журналов. Типология журналов: общая характеристика. Газетно-журнальная периодика на рубеже тысячелетий: проблемы и перспективы развития.  2. Радиовещание.  Становление частного местного радиовещания. Типология радиопередач. Новые форматы радиовещания.  3. Телевидение.  Эпоха телевидения. Преимущества телевидения по сравнению с другими средствами массовой информации. Две модели национального вещания: общественно-правовое ТВ как западноевропейская модель и коммерческие телесети как американская модель. Современная система телевидения. Дерегулирование вещания. Кабельное телевидение. Спутниковое телевидение. Новые форматы телевещания.  4. Инфраструктура сми.  Особенности современной инфраструктуры СМИ. Новые медиа и новые формы массовой коммуникации. СМИ и Интернет.  5. Основные тенденции развития современной журналистики.  Системы средств массовой информации в XXI в. Понятие модели СМИ. Основные модели СМИ: общие характеристики и национальные особенности. Медиакорпорации и глобализация информационной деятельности. Важнейшие каналы финансирования СМИ. Основные формы собственности в СМИ. СМИ в условиях глобальной рыночной экономики. Коммерциализация журналистики. Демассификация традиционных СМИ. Конвергенция традиционных СМИ.  6. Система СМИ современной России. Сравнительный анализ российской системы СМИ: газетно-журнальная периодика, радио и телевидение. Место российских СМИ в общей системе мировых СМИ. Российская информационная индустрия: проблемы и перспективы. |
| ФТД.03 Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО  Волонтёрство как ресурс личностного роста и общественного развития. Многообразие форм добровольческой (волонтерской) деятельности. Организация работы с волонтерами Взаимодействие с социально-ориентированными НКО, инициативными группами, органами власти и иными организациями |