

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.22 Теория и практика массовой информации**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Квалификация выпускника: бакалавр

Цель освоения дисциплины: получение студентами знаний о роли массовой информации в современном обществе, о системе современных СМИ, а также развитие практических навыков в сфере журналистики, журналистского творчества. Важно подготовить студентов к пониманию места и роли средств массовой информации в деятельности связей с общественностью.

Объем дисциплины: 4 ЗЕ, 144 часа

Семестр: 4 семестр

Краткое содержание основных разделов дисциплины:

№п/п раздела	Основные разделы дисциплины	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Журналистика как сфера массово-информационной деятельности	<p>Тема 1.1. Феномен массовой информации. Возникновение и история журналистики Социально-политические реформы общества и возникновение журналистики. Массовая информация на ранних этапах развития массовой коммуникации. Коммуникативная природа журналистики. Особенности информационной инфраструктуры в национальных границах различных стран; глобализация информационных процессов, понятие информационного общества. Развитие прессы в странах Европы и России. Возникновение газет и журналов. Ежедневная политическая газета, ее роль в системе массовой коммуникации. Первая печатная газета в России «Ведомости». Государственные и частные органы массовой информации.</p> <p>Тема 1.2. Система и структура СМИ. Процесс массовой коммуникации и СМИ Понятие информационного способа производства. СМИ как сложноорганизованный объект. Целостность СМИ, ее условия. Основные тенденции формирования и функционирования системы СМИ. Элементы структуры СМИ: печать, радиовещание, телевидение, интернет, информационные агентства. Технологический, экономический, редакционный, информационный, аудиторный аспекты структуры СМИ. Типологии СМИ. Массово-коммуникационные свойства прессы, радио и телевидения. Инфраструктура средств массовой информации: информационные агентства и службы, пресс-службы, пресс-центры и службы связей с общественностью. Роль и место технических учреждений в системе информации и коммуникации. Структура управления в сфере коммуникации. Подготовка журналистских кадров. Подсистемы современных СМИ России: пресса, телевидение, радиовещание, информационные агентства, Интернет.</p> <p>Тема 1.3. Журналистика как социальный институт и институт гражданского общества. Профессиональная этика журналиста Журналистика и политика. Информационная политика средства массовой информации. Политическая культура журналиста. Политический анализ. Свобода печати и журналистской деятельности. Свобода, необходимость, ответственность применительно к теории и практике журналистики. Экономические условия и факторы свободы СМИ. Юридические аспекты свободы журналистики. Законодательство России о СМИ и концепция свободы печати. Профессионально-этические правила и нормы, законодательство в сфере журналистики. Понятие «компромата», проблема «скрытой»</p>

		<p>рекламы, проблема факта и комментария. Социальная обусловленность позиции журналиста. Проблема выбора. Истина. Принципы гласности. Журналист и источники информации. Журналист и его герои. Редакционный коллектив и нормы служебной этики.</p> <p>Тема 1.4. Экономика СМИ Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции. Изучение информационного рынка. Планирование и методы маркетинга. Служба маркетинга. Бюджет редакции печатного периодического издания. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства. Современный менеджмент и СМИ. Распространение периодического издания. СМИ как предприятие; рынок современной прессы, позиционирование издания, распространение издания, ценообразование, себестоимость, оценка спроса, стимулирование сбыта, рынок типографских услуг, стандарты качества информации, финансовая политика, кредитование государственных дотации средствам массовой информации. Связи с общественностью в редакционной структуре. Журналистская информация как товар, редакция как производственное учреждение. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке России.</p>
2	Жанровая структура журналистики.	<p>Тема 2.1. Теория и методика журналистского творчества Журналистское творчество как профессиональная деятельность. Методы сбора информации в журналистике. Журналистское произведение как текст – жанровые разновидности.</p> <p>Тема 2.2. Информационные жанры. Интервью Специфика информационных жанров. Репортаж. Виды репортажа. Композиционно-стилистические особенности репортажа. Возможности жанра. Методика работы над репортажем. Выдающиеся зарубежные и российские репортеры. Особенности и назначение интервью. Интервью как жанр и как метод сбора информации. Процесс подготовки к беседе с интервьюируемым. «Семь смертных грехов» интервьюера по Дж. Саватски. Литературная работа над материалами в жанре «интервью». Интервью в современных СМИ.</p> <p>Тема 2.3. Аналитические жанры Специфика аналитических жанров. Статья как аналитический жанр периодической печати. Процесс сбора материала для статьи. Работа над статьей. Виды статьи.</p> <p>Тема 2.4. Художественно-публицистические жанры Специфика художественно-публицистических жанров. Содержание и форма в публицистическом творчестве. Очерк. Виды очерков. Научный, художественный и публицистический виды творчества и их презентация СМИ в повседневной практике. Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в прессе, на радио и телевидении.</p>
3	Радио и телевидение как СМИ	<p>Тема 3.1. Радио как СМИ. Жанровая структура радиожурналистики Изобретение радио. Особенности радио как средства коммуникации. Становление радио как средства массовой информации. Информационные жанры. Общие признаки группы жанров. Отличительные признаки радиозаметки, радиокорреспонденции, комментированной новости, информационного обзора, выпуска "Новости", информационного выпуска (тематического и разнотемного). Аналитические жанры. Общие признаки группы жанров. Отличительные признаки выступления (беседы), комментария (событийного и проблемного), интервью, беседы, диалога, дискуссии, "круглого стола", обозрения. Документально-художественные жанры. Общие признаки группы жанров. Отличительные признаки репортажа (событийного и проблемного), очерка (портретного и страноведческого), документальный радиорассказ, документальная радиокomпозиция.</p> <p>Тема 3.2. Выразительные средства радиовещания Устная речь, рисующие шумы, музыка, монтаж - основные выразительные средства радио. Позывные радиостанции,</p>

		<p>музыкальные заставки и их роль. Устная речь на радио и ее особенности: словарные, синтаксические и другие особенности. "Невербальные и речевые средства": темп речи, сила звука, высота тона, ритм, паузы, ударения, тембр голоса. Дикторская речь и ее роль в радиопередаче. Шумы и музыка и их функции в радиопередаче. Монтаж - важное выразительное средство. Виды радиомонтажа.</p> <p>Тема 3.3. Телевидение как СМИ. Жанровая структура телевизионной публицистики История изобретения телевидения. В. Зворыкин. Телевидение как средство коммуникации, его особенности. Кабельное и спутниковое телевидение. Цифровое телевидение. Специфика телевидения как средства массовой информации. Информационные жанры. Общие признаки группы жанров. Отличительные признаки телевизионной заметки, телевизионной корреспонденции, телевизионного информационного выпуска, телевизионных новостей. Аналитические жанры телевидения. Общие признаки группы жанров. Отличительные признаки выступления (беседы) по телевидению, комментария, интервью, пресс-конференции, беседы, диалога, дискуссии, "круглого стола". Документально-художественные жанры телевидения. Общая характеристика группы жанров. Отличительные признаки телевизионного репортажа (событийного и проблемного), очерка, телевизионного обозрения, документального телевизионного рассказа.</p> <p>Тема 3.4. Изобразительно-выразительные средства телевидения Выразительные средства телевидения. Камера. Композиция кадра: точка зрения и угол изображения, крупность плана изображения, динамика телевизионной камеры (наезд, отъезд, панорамирование), ракурс, второй план, изображение и слово, музыка и шумы. Освещение, колорит и тональность. Дикторский текст. Роль ведущего. Информационный повод, приемы привлечения внимания к передаче, приемы «интриги», ключевые фактурные элементы - видеоряд и звуковой фон, способы преодоления порогов (кризисов) внимания телезрителя, использование «программной шпильки», анонсы, «заход» в начале программы - характерные шумы, музыка, зрительные эпизоды, яркие детали и т.п. Монтаж и его виды.</p>
--	--	---

Форма промежуточной аттестации: экзамен