

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины «Теория и практика массовой информации»

Для студентов дневного и заочного отделения направления подготовки 44.03.04 «Профессиональное обучение» профиль «Медиакоммуникации»

Разработчик

к. пед. н.

доцент кафедры теории коммуникации и рекламы

О.Л.Цветкова

1. Общие требования к организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов осуществляется путем:

- подготовки теоретических вопросов по соответствующим разделам дисциплины и темам лекционных занятий;
- решения прикладных практических задач по соответствующим разделам курса;
- подготовки научных выступлений (докладов) по практическим вопросам, рассматриваемым в процессе изучения дисциплины.

2. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература

1. Мрочко Л.В. Теория и практика массовой информации [Текст]: учебное пособие / Л.В. Мрочко . – М.: Флинта, 2006с. – 339 с.

2. Кольшклина Т.Б. Проблемы понимания текстов массовой коммуникации: монография / Т.Б. Кольшклина, Е.В. Маркова, И.В. Шустина - Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2011. - 158 с.: ил.

3. Адамьянц, Т. З. Социальные коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Т. З. Адамьянц. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 200 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс <https://biblio-online.ru>)

б) дополнительная литература

Калмыков А.А. Интернет-журналистика [Текст]: учеб.пособие/ А.А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383с.

Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста [Текст]: учебное пособие/ Г.В. Лазутина. – М.: Аспект-пресс, 1999. – 206с.

Средства массовой информации постсоветской России [Текст]: учебное пособие/ Я.Н. Засурский. – М.: Аспект-Пресс, 2002. – 301с.

Цветкова О.Л. Общество потребления: система и человек: монография. - Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2013. - 274 с.

Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 221 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс <https://biblio-online.ru>)

4. Требования к итоговой аттестации студентов

Изучение дисциплины завершается экзаменом, на котором проверяется усвоение основного содержания дисциплины, оценивается степень сформированности компетенций, связанных с проектной, организационно-управленческой, коммуникативной, исследовательской деятельностью в области рекламы и связей с общественностью.

Вопросы для итоговой аттестации по курсу (экзамен)

1. Массовая коммуникация: понятие, модели и значение.

2. Массовая информация: ее роль в современном мире.
3. Массовая культура: процесс становления и виды.
4. Функции СМИ в современном обществе.
5. Первый этап развития научных представлений о СМИ (20 - 30-е годы XX века)
6. Второй этап развития научных представлений о СМИ (30 - 40-е годы XX века)
7. Третий этап развития научных представлений о СМИ (70-е годы XX века)
8. Идеология и реальность: диалектика взаимодействия.
9. Процесс трансформации СМИ в постиндустриальном обществе
10. СМИ и общество потребления: диалектика взаимодействия.
11. Влияние идеологических факторов на развитие СМИ.
12. Законодательство в сфере журналистики.
13. Конституция РФ. Основное содержание Закона РФ «О СМИ».
14. Правовой статус СМИ. Правовая культура журналиста.
15. Проблема гласности и свободы слова в современных СМИ.
16. Профессионально-этические правила и нормы в современной журналистике. Этический кодекс журналиста.
17. Свобода печати: теоретические и практические проблемы.
18. Основные модели массовой коммуникации (Лассуэлл – Лазерсфельд)
19. Средства массовой коммуникации: печать.
20. Средства массовой коммуникации: радио.
21. Средства массовой коммуникации: телевидение.
22. Интернет и его использование журналистом.
23. Редакция и рынок. Позиционирование издания.
24. Стимулирование сбыта информационных материалов.
25. Организация работы отдела связи с общественностью.
26. Организация обратной связи с аудиторией редакции как важнейшая составляющая успеха.
27. Сущность и задачи ПР-кампании.
28. Реклама в СМИ. Скрытая реклама в СМИ.
29. Информационные жанры в современной журналистике
30. Аналитические жанры в современной журналистике
31. Художественно-публицистические жанры в современной журналистике
32. Коммуникационные революции в истории человечества: виды и значение
33. Сущность и значение СМИ в конструировании общества потребления
34. Источники информации: общая характеристика и методы работы с ними.
35. Пропаганда: понятие, сущность, типы и значение
36. Жанровые разновидности журналистского произведения.
37. «Реальность» и «медиа-реальность» в современном обществе
38. Система жанров в журналистике.
39. Формы публикации журналистской информации.
40. Журналистские жанры: типология и краткая характеристика

5. Контрольная работа для заочников

Задание 1

Изучив тексты одно журналиста, студент определяет особенности его творческого почерка (репортер или аналитики? склонность к каким-то определенным жанрам, особенности языка и стиля). Для понимания творческого почерка может быть изучена творческая биография. В зависимости от места работы журналиста (печатное, электронное, сетевое СМИ) анализируется специфика массовой коммуникации. Кандидатура журналиста согласовывается с преподавателем. Материалы, использованные при исполнении работы, прилагаются с указанием места их нахождения (номер газеты или

журнала, книга, аудио- и телесюжеты берутся из архивов данных СМИ в Интернете, указывается их полный адрес (URL).

Задание 2

Определить жанровую природу номера газеты или журнала, указав жанр каждого материала, аргументировать.

Подробно проанализировать 2 материала этого номера разных жанров (репортаж, интервью-беседа, корреспонденция, статья, рецензия, очерк или фельетон – по выбору студента). Публикации должны быть яркими, оригинальными по форме, с четко выраженными жанровыми признаками.

Задание 3

Медиакарта

Выберите печатное издание из числа предложенных. Проведите анализ и составьте медиакарту.

Название СМИ (официальное, логотип)

Время и место регистрации

Учредитель

Выходные данные: время выпуска, регулярность выхода, формат, полосность, тираж (указать, если тираж сертифицирован), розничная и оптовая цена, цена подписки, способ распространения;

Тематическая ниша

Аудитория

Территория распространения

Время выхода первого номера, первой передачи

Наличие интернет-версии, ее адрес

Наличие приложений, регулярных спецвыпусков

Координаты редакции: адрес, телефоны, электронный адрес

ФИО генерального директора и главного редактора

Адрес редакции СМИ

Анализ соотношения информационных и прочих материалов

Генеральные темы

Постоянные информационные кампании

Основные рубрики

Характеристика авторского состава – профессиональные журналисты и внештатные авторы (количественные и качественные параметры)

Палитра газетных жанров

Соотнесение журналистских материалов, медиатекстов и рекламы издания тематической нише (позиционированию)