



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

---

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

**ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**Отделение журналистики, рекламы и связей с общественностью**

**ОДОБРЕНО:**

**Руководитель ОП**

\_\_\_\_\_  
Е.Е.Ломакина  
(подпись)

29 августа 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**Теория и практика массовой информации**

Уровень высшего образования:	бакалавриат
Квалификация выпускника:	бакалавр
Направление подготовки:	42. 03. 01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы:	Реклама и связи с общественностью



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

### **1. Цели освоения дисциплины**

Средства массовой информации составляют и представляют вместе с рекламой и СО средства массовой коммуникации. Общей целью дисциплины «Теория и практика массовой информации» является формирование у студентов направления «Реклама и связи с общественностью» устойчивых представлений о смежной с основной сферой их профессиональной деятельности области – журналистике, которую им предстоит осваивать и теоретически и практически. Две начальных части обозначенной дисциплины («Основы теории журналистики» и «Система СМИ») предполагают постижение учащимися общих закономерностей и принципов функционирования журналистики. Их назначение заключается в том, чтобы снабдить первокурсников базовыми понятиями, без которых затруднено последующее обучение.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Части 1-2 дисциплины «Теория и практика массовой информации» изучаются на 1-ом курсе. Для их освоения недавние школьники должны

Знать: основные понятия школьного курса «Обществознание».

Уметь: сопоставлять и анализировать явления, делать выводы, владеть некоторой суммой фактов из области современной журналистики.

Иметь: навыки поиска необходимого материала в рекомендуемой литературе, а также в Интернете.

Дисциплина в целом относится к базовой части учебного плана. Освоения первых двух ее частей становятся отправной точкой для восприятия следующих курсов, представляющих ту же дисциплину («Основы журналистской деятельности», «Разновидности журналистики»), целостного освоения других коммуникологических дисциплин («Теории коммуникации», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций»), участия в профессионально-творческих практикумах (прежде всего в таком, как «Реклама и СО в СМИ») и производственных практиках.

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

#### **3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина**

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

б) общепрофессиональные (ОПК):

способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2);

в) профессиональные (ПК):

способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПК-1).

#### **3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения формируемых компетенций**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития (ОПК-2); специфику каналов коммуникации (ПК-1).

Уметь:



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов (ОПК-2);

создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании (ПК – 1)

Иметь практический опыт/Иметь навыки

применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн– среде (ПК – 1).

#### 4. Объем и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 14 зачетные единицы (504 академических часа).

##### 4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа

Объем иной контактной работы и самостоятельной работы обучающегося по дисциплине указан в учебном плане образовательной программы.

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения)  Формы промежуточной аттестации
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	
1.	Введение: Теория журналистики, ее сущность и развитие.	1	4		Собеседование
2.	Продукт журналистики. Массовая информация, ее свойства и формы	1	2	2 практ. занятие	Собеседование, тестирование
3.	Функции журналистики	1	2	4 практ. занятие	Собеседование, рецензирование письменных сообщений
4.	Факторы развития журналистики. Научно-технический прогресс и журналистика	1	1		Собеседование
4.2	Экономические основы функционирования СМИ	1	3	4 практ. занятие	Терминологический диктант, рецензирование письменных сообщений
4.3	Журналистика как социальный институт. Аудитория СМИ.	1	2	4 практ. занятие	Собеседование, тестирование
4.4	Свобода печати и журналистская деятельность. СМИ и политика. Результативность журналистики	1	4	2 практ. занятие	Тестирование, терминологический диктант
Итого за семестр:			18	16	Зачет
5.	Средства массовой информации как система: соотношение видового и типологического. Структура и инфраструктура СМИ	2	2	2 практ. занятие	Собеседование
6.	Деление СМИ на виды. Этапы	2	4	4 практ.	Собеседование,



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

	развития СМК			занятие	тестирование, рецензирование письменных сообщений
7.	Типология СМИ	2	2		Тестирование, собеседование
7.1	Ареалы информационной продукции	2	2	4 практ. занятие	Собеседование, рецензирование письменных сообщений
7.2	Дифференциация СМИ по типам учредителей	2	2	2 практ. занятие	Терминологический диктант, рецензирование письменных сообщений
7.3	Влияние аудитории на типологию СМИ	2	2	2 практ. занятие	Собеседование
8.	Современные тенденции развития СМИ	2	2		Терминологический диктант, тестирование
Итого за семестр:			16	14	Зачет
Итого за год			34	30	

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Формы промежуточной аттестации
1.	Предмет, задачи, структура курса. «Новость» как основное понятие. Информационная политика издания.	3	2		Опорный конспект
2.	Краткая новость. Способы актуализации информации.	3	2	2 практ. занятие	Собеседование
3.	Заголовочный комплекс.	3	2	2 практ. занятие	Собеседование
4.	Атрибуция новости. Новость с комментарием.	3	2	2 практ. занятие	Собеседование
5.	Элементы аналитики и публицистики в информационном тексте.	3	2	2 практ. занятие	Рецензирование письменных сообщений
6.	Выпуск новостей.	3	2	2 практ. занятие	Собеседование, рецензирование проектно-творч. работ
7.	Жанры информационной журналистики.	3	2	4 практ. занятие	Тестирование, творческие письмен. работы с последующим рецензированием
8.	Региональные новости: стандарты и специфика.	3	2	2 практ. занятие	Собеседование
Итого за семестр:			16	16	Зачет



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

№ п/ п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения)  Формы промежуточной аттестации
			Заняти я лекцио н-ного типа	Занятия семинар- ского типа	
1.	Предмет, задачи, структура курса. Информация и ее виды. Свойства информации. Информационная политика СМИ.	4	4	2 практ. занятие	Опорный конспект
2.	Журналистское произведение как особый вид текста	4	2	2 практ. занятие	Собеседование
3.	«Новость» как основное понятие. Структура новости. Способы акцентирования главного и актуализации информации.	4	2	2 практ. занятие	Собеседование
4.	Заголовочный комплекс.	4	1	2 практ. занятие	Собеседование
5.	Атрибуция новости. Новость с комментарием. Элементы аналитики и публицистики в информационном тексте. Выпуск новостей.	4	2	2 практ. занятие	Тестирование
6.	Жанры информационной журналистики.	4	4	4 практ. занятие	Рецензирование творческих работ (ЭИОС)
7.	Новые методы подачи информации. Фактчекинг.	4	1	-	Собеседование
8.	Региональные новости: стандарты и специфика.	4	2	2 практ. занятие	Собеседование Зачёт
Итого за семестр:			28	28	Экзамен
Итого загод			44	44	

№ п/ п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)	Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения)
--------------	------------------------------	---------	--	---



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

			Занятия лекцион- ного типа	Занятия семинар- ского типа	Формы промежуточной аттестации
9.	Типологические особенности аналитической журналистики (предмет, функции, методы).	5	2	-	Собеседование
10	Логическая культура журналиста. Искусство спора. Аргументация в аналитических материалах.	5	2	-	Собеседование
11	Разновидности социально-активной журналистики (гражданская, народная, комьюнити, партизанская, совместная).	5	2	-	Собеседование, тестирование
12	Система жанров аналитической журналистики. Аналитическая корреспонденция и комментарий.	5	2	4	Рецензирование аналитических корреспонденций и комментариев (ЭИОС)
13	Диалогические жанры (интервью, беседа, опрос).	5	2	4	Рецензирование аналитического интервью
14	Статья и обозрение как аналитические жанры.	5	2	4	Рецензирование статьи / обозрения
15	Журналистское расследование: версия и произведение.	5	4	2	Собеседование
16	Принципы построения аналитического материала. Аналитика и общественное мнение.	5	2	-	Тестирование
17	Сущность публицистики	5	2	-	Собеседование, терминологический диктант.
18	Жанр в системе СМИ. Структура журналистских жанров.	5	2	-	Собеседование, тестирование.
19	Программные выступления и памфлет.	5	2	4	Рецензирование программных выступлений.
20	Очерк.	5	2	2	Собеседование, тестирование.
21	Очерковые разновидности. Зарисовка	5	2	2	Рецензирование очерков.
22	Фельетон.	5	2	4	Рецензирование фельетонов.
23	Эссе.	5	2	2	Рецензирование эссе.
24	Особенности теле- и	5	2	2-	Собеседование.



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

	радиопублицистики.				
25	Публицистика в системе массовой коммуникации.	5	2	2	Терминологический диктант, тестирование.
Итого за семестр:			36	32	Экзамен
Итого за год			36	32	

#### 4.2. Развернутое описание содержания дисциплины по разделам (темам)

##### **Тема 1: Теория журналистики, ее сущность и развитие (4 часа лекций).**

Разделы науки о журналистике. Предмет журналистской теории. Соотношение с другими науками. Основные проблемы теории журналистики. Формирование представлений о СМИ. Место курса в ООП,

##### **Тема 2: Продукт журналистики. Массовая информация, ее свойства и формы (2 часа лекций).**

Предмет журналистики. Продукт журналистики. Массовая информация, ее свойства и формы. Понятие «информации», виды информации. Журналистика как периодически возобновляющийся, адекватный реальности одновременный рассказ всему населению о повседневных событиях. Процессы демассификации.

##### **Тема 3: Функции журналистики (2 часа лекций).**

Понятие «функции». Основные функции журналистики: 1) массово-информационная; 2) аналитическая; 3) пропагандистская; 4) организационно-контролирующая; 5) просветительская или культурно-познавательная; 6) развлекательная. Подробная их характеристика. Взаимодействие функций: дополнения обогащающие и дисфункциональные.

##### **Тема 4.1: Факторы развития журналистики. Научно-технический прогресс и журналистика (1 час лекций).**

Факторы внешнего воздействия на журналистику: 1) научно-технический; 2) экономический; 3) социальный (аудиторный); 4) политический. Основные изобретения, повлиявшие на развитие СМИ. Коммуникативная революция и ее социально-психологические последствия.

##### **Тема 4.2: Экономические основы функционирования СМИ (3 часа лекций).**

Информационный рынок и его основные законы. Расходы и доходы редакций. Феномен и значение рекламы. Особенности функционирования бесплатной прессы. Концентрация и монополизация СМИ. Процессы коммерциализации. Специфика журналистики как производственной деятельности.

##### **Тема 4.3: Журналистика как социальный институт. Аудитория СМИ (2 часа лекций).**

Средства массовой информации и общественное мнение. Явление интерактивной журналистики и ее формы. Социологические исследования аудитории – основные методы. Аудитория потенциальная, первичная и расчетная.

##### **Тема 4.4: Свобода печати и журналистская деятельность. СМИ и политика. Результативность журналистики (4 часа лекций).**

Взаимоотношения СМИ и власти. Основные социально-политические типы журналистики. Исторические модели, структуры и концепции журналистики. Цензура, гласность, свобода слова. Свобода печати и журналистская деятельность. Результативность, эффективность и действенность работы редакций.

##### **Тема 5. Средства массовой информации как система: соотношение структурного и инфраструктурного, видового и типологического (2 часа лекций).**



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

Структура журналистики: тексты, представители профессии, редакции, средства массовой информации, СМИ как социальный институт. Инфраструктуры журналистики: организационные, информационные, технические, деятельность информационных агентств.

**Тема 6. Деление СМИ на виды. Этапы развития СМК (4 часа лекций).**

Принципы видовой дифференциации СМИ. Периодическая печать: газеты и журналы. Специфика радиожурналистики. Доминанта телевидения. Интернет-журналистика. Взаимодействие и конкуренция разных видов СМИ. Возникновение и существование отдельных средств массовой коммуникации: речь, письменность, способы копирования, электронные формы, мультимедиа.

**Тема 7. Типология СМИ (2 часа лекций).**

Типообразующие, вторичные и формальные признаки СМИ. Сигнальная система и формат издания (канала).

**Тема 7.1. Ареалы информационной продукции (2 часа лекций).**

Деление СМИ по объемам аудитории: глобальные (всемирные), федеральные (общенациональные), региональные, местные. Глобализация, регионолизация, глокализация. Особенности локальной прессы.

**Тема 7.2. Дифференциация СМИ по типам учредителей (2 часа лекций).**

Основные учредители СМИ: государство, партии, общественные организации, корпорации, частные лица. Особенности партийной прессы. Партийность журналистики.

**Тема 7.3. Влияние аудитории на типологию СМИ (2 часа лекций).**

Типологические критерии СМИ (возраст, пол, уровень образования и культуры, интересы и т. п.). Пресса качественная и массовая. Квалюиды, потребительские и просветительские издания (каналы).

**Тема 8. Современные тенденции развития СМИ (2 часа лекций).**

Процессы демассификации средств массовой информации. Конвергенция СМИ на основе современных цифровых технологий.

**5. Образовательные технологии**

При подготовке и в ходе проведения практических занятий используются следующие образовательные технологии:

**Тема 2. Понятие «информации» (2 часа).**

Студентам предлагается выписать из различных словарей, энциклопедий и справочников определения понятий «информации», «коммуникации» («массовой информации», «массовой коммуникации») и соотнести их с конкретными проявлениями журналистики, рекламы, связей с общественностью, личной и социальной жизни. То есть используются элементы технологии развития критического мышления. Кроме того, на занятии проводится ролевая игра, наглядно демонстрирующая механизмы и опасности искажения информации, устанавливаются критерии ее адекватности и эффективности.

**Тема 3. Функции журналистики (4 часа).**

Материалом для анализа и обсуждения на этих занятиях является современная журналистика. Применяется технология проблемного обучения. Группа делится на две части, одна из которых должна выявить доминирующие функции периодических изданий, а вторая – электронных СМИ.

Первая подгруппа обязательно должна охарактеризовать, как минимум, одну ежедневную общественно-политическую или специализированную газету, массовый еженедельник, Интернет-издание, гляцевый и «толстый» журнал и т.п., а представители другой подгруппы дают





Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

портреты общенациональных и специализированных телеканалов, радио проводного и FM-радиостанций. Выбор конкретных СМИ согласуется с преподавателем заранее.

Работа строится по следующему плану:

1. Анализируется один номер издания (один день вещания), но ставится задача репрезентации информационной политики СМИ в целом, что предполагает предварительное изучение и обобщение всего доступного материала: других номеров (дней вещания), статистических данных и аналитических публикаций о характеризуемом СМИ.

2. Основное внимание следует обратить на общественную позицию, тематику и стиль (в том числе оформления), структуру (например, расположение рубрик; время и место в сетке вещания), тираж (или рейтинг), образ аудитории и способы воздействия на нее. В результате делается вывод о приоритетных, доминирующих, наиболее характерных функциях СМИ.

3. Оценки выступлений желательно поручить студентам. Это помогает активизировать их подготовку и к научной, и к будущей профессиональной деятельности, формирует аналитический склад ума, относительную независимость мышления, готовит к выбору осознанной гражданской позиции.

**Тема 4.2. Экономическая база СМИ (4 часа).**

Знакомые по предыдущим занятиям современные СМИ рассматриваются с точки зрения расходов и доходов в их бюджете, особое внимание уделяется месту в нем рекламы. Последняя оценивается по целому ряду параметров (размещение, объемы, формы, расценки и т.д.). Вновь применяется технология проблемного обучения.

Дополнительно дается характеристика изданий собственно рекламных и информационно-рекламных, а также образцов деловой прессы. Поощряются опыты интервью с руководящими редакционными работниками на тему: «Экономическая база и экономические проблемы Вашего СМИ, источники финансирования и способы самофинансирования». Выступления по данной и предыдущей теме оформляются студентами в виде письменных работ и высылаются для проверки в личный кабинет преподавателя (ЭИОС).

**Тема 4.3. Информационная политика СМИ и предпочтения аудитории (4 часа).**

Все студенты составляют рейтинги популярности рассмотренных прежде изданий (каналов). С целью выявления лидеров во всех типах СМИ проводятся простейшие экспресс-опросы и экспресс-интервью в университете, общежитиях, библиотеках, местах продажи (опрашивается не менее 100 человек с учетом их дифференциации: по полу, по возрасту, по профессии). Сравнивается востребованность различных изданий (каналов) и особенности их массовых аудиторий, делаются выводы о соотношении типа СМИ и социально-психологического облика его поклонников. Итогом обсуждения данной проблемы могут стать предложения по оптимизации информационной (рекламной) политики СМИ, выдержанные в ключе: «Если бы я работал в (на)...», «Как лучше сделать...».

**Тема 4.4. Свобода слова и его результативность (4 часа).**

Первое из двух занятий по данной теме представляет собой обсуждение проблемы социальной ответственности журналиста, разбор конкретных ситуаций, представляющих проявления свободы слова и попытки ее ограничения. В результате, как правило, вспыхивает дискуссия, разрешить проблемы которой призван не только преподаватель, но и приглашаемые на второе занятие журналисты-практики.

**Тема 5. Информационные агентства (2 часа).**

Студентам предлагается определить роль информационных агентств в развитии СМИ и место их в медийной инфраструктуре. Основное же содержание практического занятия составляет чтение и обсуждение рефератов о ведущих информационных агентствах мира – с



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

акцентом не на историю их, а на современную практику. Используемая технология обучения – смешанная.

**Тема 6. Деление СМИ на виды (4 часа).**

Предлагается составить таблицу сходств и различий отдельных видов СМИ. Активно применяется визуализация, поскольку каждому студенту предлагается показать (с использованием аудио- видеозаписей), как подается одна и та же новость в газете, журнале, на сайте, радио и телевидении. Выбор СМИ не ограничивается.

**Тема 7.1. Ареалы информационной продукции (4 часа).**

Студенты выступают с сообщениями о различных типах местных современных СМИ: районных, городских, областных (официальных, оппозиционных и массовых изданий, телеканалов, радиостанций, Интернет-ресурсов). На передний план при этом выдвигается технология развития критического мышления, потому что докладчикам необходимо сделать выводы по проблемам местной прессы (на фоне существования глобальных и федеральных СМИ), высказаться о тенденциях развития и перспективах региональной журналистики. Студентам, приехавшим учиться в ИвГУ из других областей, республик и стран, предлагается дать общую характеристику их СМИ.

**Тема 7.2. Типы учредителей и выражение их позиций в контролируемых СМИ (2 часа).**

Выступающие выбирают для характеристики одно из официальных СМИ, издания различных партий – как общероссийские, так и местные – а также общественных организаций, конфессий и корпораций и по усвоенным из лекций типологическим признакам создают портрет ангажированного СМИ. Фоном для их рассмотрения могут стать издания общественных организаций и такие, которые позиционируют себя в качестве независимых. Вновь в центре – технология развития критического мышления.

Особое внимание следует обратить на воплощение пропагандистской функции, проявления тенденциозности, соотношение материалов на полосах и в программах, элементы плакатности в оформлении.

**Тема 7.3. Типологическая характеристика конкретного СМИ (2 часа).**

Каждому студенту предлагается в схематичном виде (в виде медиакарты) представить более или менее специализированное (по тематике, функциям, обращенности к определенной аудиторной группе) средство массовой информации. Для сравнения рекомендуется иметь в виду нечто противоположное, либо универсальное. Дополнительно предлагаются задания по реконструкции формата – в том числе собственных студийных, учебных изданий. То есть частично происходит выход на проектную технологию.

**Тема 1. Предмет, задачи, структура курса. Информация и ее виды. Свойства информации. Информационная политика СМИ. (4 часа лекций).**

Теории информации, понятие информации с точки зрения журналистики. Свойства информации (потенциальная, принятая, реальная). Массовая информация, ее функции.

Требования к качеству новости. Информационная политика СМИ.

**Тема 2. Журналистское произведение как особый вид текста. (2 часа лекций).**

Журналистика и литература, история и социология. Факт как основная единица достоверного знания. Понятие информационного повода. Методы превращения факта в «новость для прессы». Понятие информационного продукта.

Разновидности журналистики (информационная, аналитическая, художественно-публицистическая): краткая характеристика.

Типы отношений информационного продукта с действительностью (семантика, прагматика, синтактика)



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

---

**Тема 3. «Новость» как основное понятие. Структура новостей. Способы акцентирования главного и актуализация новостной информации. (2 часа лекций).**

Что такое «новость»? Классификации новостей, типы информирования. Требования к качеству новостей. Что влияет на подачу новостей? Различные подходы к информированию, правила и традиции подачи новостей в разных странах.

Структура новостей («жесткое» и «мягкое» информирование, «одноэлементные» и «составные» новости, принцип «прямой» и «перевернутой пирамиды», «ядро» новости, бэкграунд). Модели создания новостей.

Возможности наиболее эффективного использования того или иного вида новости, типа информирования. Способы актуализация новостной информации.

Различные подходы к информированию, правила и традиции подачи новостей в разных странах.

**Тема 4. Заголовочный комплекс. (1 час лекций).**

Основные элементы заголовочного комплекса – рубрика, заголовок, надзаголовок, подзаголовок, хэдли́н (рекламный заголовок), лид – и их взаимодействие. Функции заголовочного комплекса. Виды лидов.

**Тема 5. Атрибуция новости. Новость с комментарием. Элементы аналитики и публицистики в информационном тексте. Выпуск новостей. (2 часа лекций).**

Журналистские тексты, требующие включения указания на источник сообщения. Достоверность источника сообщения. Цитирование и объективность. Корректное и эпатажное цитирование, игра с цитатой, пределы игры в информационных жанрах. Разное назначение ссылок на источник сведений. Источник сведений и источник мнения. Понятие «информационный комментарий» - новость в подробностях, расширенная новость, переключение внимания с итогов события на штрихи, нюансы, дополнительные сведения.

Традиционные и специфические, свойственные лишь новостной журналистике, способы оценки. Использование «скрытого» эмоционального комментария. Образная деталь как средство аргументации. Оценочный эффект через повествование от первого лица. Проявление публицистического смысла краткого сообщения. Ирония автора и возможности попутного или скрытого комментария. Тропы в заголовочном комплексе как публицистический образ.

Информационные и информационно-аналитические программы – сходство и различие.

Верстка выпуска новостей, содержательные и структурные составляющие. Понятие концептуальной новостной программы. Современные тенденции.

**Тема 6. Жанры информационной журналистики. (4 часа лекций).**

Подробный анализ формально-содержательных характеристик информационных жанров (сообщение, заметка, репортаж, отчет, дайджест, корреспонденция, интервью, анонс, объявление, пресс-релиз).

Виды заметок. Виды репортажей. Особенности информационного интервью.

**Тема 7. Новые методы подачи информации. Фактчекинг. (1 час лекций).**

Поиски новых методов и форм работы – главное требование журналистики новой формации. Инфотейнмент. Финишинг. Эвент экшн и акции – эффективные средства в работе журналиста.

Фактчекинг: общее представление.

**Тема 8. Региональные новости: стандарты и специфика. (2 часа лекций).**

Особенности профессиональной деятельности в информационной сфере на региональном уровне; проводится анализ местных журналистских материалов.

Подведение итогов, рецензирование творческих работ в контексте местного информационного пространства.



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

---

**Тема 9. Типологические особенности аналитической журналистики (предмет, функции, методы) (1 час лекций).**

Аналитический способ познания и отражения. Виды анализа (формальный, функциональный, типологический).

Предмет аналитической журналистики. Цели анализа. Функции аналитической журналистики.

Прогностика как наука о законах и способах разработки прогнозов. Роль и место прогнозирования. Виды, методы и структура прогнозов.

Как соотносится научное (в частности логическое) мышление и аналитическая журналистика. Как соотносится агитация и пропаганда и аналитическая журналистика.

Методы исследования действительности (эмпирические, теоретические) при подготовке аналитических материалов: наблюдение, проработка документов, люди как источник информации.

**Тема 10. Логическая культура журналиста. Искусство спора. Аргументация в аналитических материалах (1 час лекций).**

Суть законов логики. Основные законы (тождества, противоречия, достаточного основания, исключения третьего). Комплексность применения законов логики. Логика и язык.

Эристика как искусство ведения спора. Разновидности спора (дискуссия, полемика, эклектика, софистика). Общие требования к спору.

Риторический или логический подходы в аргументации. Доказательство прямое, косвенное и разделительно-категорическое. Опровержение. Доказательная аргументация и контраргументация. Способы и тактики аргументации.

**Тема 11. Разновидности социально-активной журналистики (гражданская, народная, комьюнити, партизанская, совместная) (2 часа лекций).**

Три типа современной журналистики: управления, информации и соучастия (И.М. Дзялошинский). Основные принципы социально-активной журналистики. Понятие социального капитала.

Основные разновидности социально-активной журналистики: гражданская журналистика, народная, комьюнити, партизанская, совместная (коллаборативная).

**Тема 12. Система жанров аналитической журналистики. Аналитическая корреспонденция и комментарий (2 часа лекций).**

Разнообразие жанров дает авторам будущих аналитических выступлений широкие возможности в отображении тех или иных явлений, процессов, ситуаций и т.д.

Аналитическая корреспонденция как самый оперативный, доступный и распространенный аналитический жанр. Комментарий как жанр, приемы комментирования. Анализ факта, группировка, типологизация фактов.

Теория и практика комментирования фотоматериалов.

**Тема 13. Диалогические жанры (интервью, беседа, опрос) (2 часа лекций).**

О жанре и методе интервью. Роль вопросов в аналитическом интервью / беседе. Композиция диалогического (полилогического) текста.

**Тема 14. Статья и обозрение как аналитические жанры (2 часа лекций).**

Анализ актуальных общественно значимых процессов, ситуаций, явлений и управляющих ими закономерностей в статье и обозрении.

Структурные требования к жанру аналитической статьи. Этапы работы над статьей: выбор темы, накопление материала, литературная обработка, оформление текста.



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

---

Единство наглядного освещения общественных событий и глубоко проникающей в суть процесса, ситуации мысли обозревателя. Позиция журналиста-обозревателя.

**Тема 15. Журналистское расследование: версия и произведение (2 часа лекций).**

Журналистское расследование как синтетический жанр, включающий в себя элементы и корреспонденции, и репортажа, и статьи. Его цель – установление истины, восстановление справедливости, в том числе исторической. Особые требования к работе журналиста-расследователя.

**Тема 16. Принципы построения аналитического материала. (2 часа лекций)**

Аналитика и общественное мнение. Особенности аналитических материалов (логическая выдержанность, ясность структуры и т.д.).

**Тема 17. Сущность публицистики (1 час лекций).**

Публицистика как личностная, субъективная, персонализированная журналистика, способ социального общения и воздействия. Тенденциозность и иллюстративное использование образов. Изобразительность и выразительность, суггестивность. Функции публицистики.

**Тема 18. Жанр в системе СМИ. Структура журналистских жанров (1 час лекций).**

Жанр как один из центров журналистики. Жанровые факторы и носители. Жанровая установка и концепция адресата. Структура журналистских жанров.

**Тема 19. Программные выступления и памфлет (2 часа лекций).**

Происхождение и назначение памфлетов. Характерная проблематика и эмоциональная насыщенность. Основные сатирические средства в памфлете: гиперболизация, аллегории, сарказм, пародирование, гротеск. Памфлет в литературе и журналистике.

Виды программных выступлений. Передовая статья. Особенности текстов (возвышенный пафос, соотношение чувства и мысли, градация как ведущий композиционный прием, риторические средства).

**Тема 20. Очерк (1 час лекций).**

Очерк как жанр-разведчик, положение между искусством и наукой. Особенности очерковой типизации, композиции и речевых средств.

**Тема 21. Очерковые разновидности. Зарисовка (1 час лекций).**

Очерки беллетризованные и документальные. Другие разновидности: проблемная, портретная, нравоописательная, путевая. Зарисовка. Судьба жанра в современных СМИ.

**Тема 22. Фельетон (2 часа лекций).**

Зарождение и развитие фельетона. Основные разновидности и параметры жанра. Образ автора. Фельетонная стилистика. Фельетон в соотношении с другими журналистскими жанрами. Фельетон сегодня.

**Тема 23. Эссе (2 часа лекций).**

Определение явления. Эссе как свободный жанр. Выражение его особенностей в стиле. Поведение автора в тексте. Тема и ее интерпретация. Эссе и колумнистика. Эссеистика в блогосфере.

**Тема 24. Особенности теле- и радиопублицистики (2 часа лекций).**

Искусство и авторское начало в сфере радио и телевидения. Жанры радиийной публицистики: радиокомпозиция, речь, беседа, радиофельетон, зарисовка, очерк. Форматы телевизионной публицистики: авторская программа, выступление, очерк. Зарисовка, эссе, фельетон и памфлет. Место публицистики в современном теле- и радиоэфире.

**Тема 25. Публицистика в системе массовой коммуникации (2 часа лекций).**

Соотношение сатиры и публицистики. Виды сатирических произведений в современной журналистике. Публицистика и реклама. Публицистика и информационная журналистика,



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

публицистика и аналитическая журналистика. Обогащающие и дисфункциональные взаимодействия.

#### **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

В течение обоих семестров и непосредственно перед зачетами для всех студентов проводится ряд общих консультаций по курсу. На них высказываются методические рекомендации о том, в каких последовательности и формах следует работать, изучая первые две части дисциплины «Теория и практика массовой информации», а также даются разъяснения по наиболее сложным вопросам. Кроме того, рекомендуется постоянное обращение к методическим указаниям по курсу, указанным в списке дополнительной литературы и представленным в Электронной библиотеке ИвГУ.

Студенты, обучающиеся на коммерческой основе, и иностранные учащиеся имеют, помимо того, возможности дополнительной подготовки. На индивидуальных занятиях, проводимых в форме собеседований (с использованием контрольных вопросов и тестов, перечень которых можно найти ниже), преподаватель способен вносить конкретные коррективы в обучение каждого и одновременно осуществлять контроль над усвоением основных положений курса. Тематически индивидуальные занятия сосредоточены на наиболее существенных вопросах теоретического курса – таких, как «Экономические основы функционирования СМИ»; «Свобода печати и журналистская деятельность. СМИ и политика. Результативность журналистики»; «Дифференциация СМИ по типам учредителей»; «Современные тенденции развития СМИ». Именно по этим темам проводятся терминологические диктанты.

Отдельные задания будут выдаваться, рецензироваться и оцениваться в личном кабинете преподавателя (ЭИОС) после того, как они будут отправлены туда студентами.

#### **7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Формой итогового контроля подготовки студентов по курсу «Теория и практика массовой информации» (ч. 1-2. 3) являются зачеты.

Оценка «**зачтено**» выставляется студенту, если он в срок и успешно выполнил все обязательные зачетные задания в 1-м семестре (по темам 3, 4.2, 4.3), во 2-м семестре (по темам 5, 6, 7.1 и 7.2), аргументировано выступал с докладами, активно участвовал в обсуждениях.

Оценка «**не зачтено**» в 1-м семестре выставляется студенту, не справившемуся с обязательными зачетными заданиями хотя бы по одной из тем (1-м семестре по темам 3, 4.2, 4.3; во 2-м семестре о темам 5, 6, 7.1 и 7.2), не сумевшему ответить на теоретические вопросы во время зачета.

На экзамене, который проводится в устной форме, студент должен ответить на один из теоретических вопросов. Оценка, полученная за этот ответ, плюсуется к оценке за выполнение практических заданий.

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если он успешно подготовил журналистские материалы в основных жанрах публицистики (программное выступление, очерк, фельетон, эссе), в совершенстве владеет понятийным аппаратом, четко определяет проблемы и тенденции развития журналистики, подкрепляет тезисы самостоятельно найденными примерами; правильно отвечает на тесты и формулировки диктанта.

Оценка «**хорошо**» выставляется студенту, если он неплохо выполнил журналистские материалы в основных жанрах публицистики (программное выступление, очерк, фельетон, эссе), владеет в целом понятийным аппаратом, достаточно точно определяет проблемы и тенденции



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

развития журналистики, подкрепляет тезисы примерами; правильно отвечает на тесты и формулировки диктанта.

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если он подготовил журналистские материалы в основных жанрах публицистики (программное выступление, очерк, фельетон, эссе), владеет основной суммой понятий, ориентируется в проблемах и тенденциях развития журналистики, однако не подкрепляет тезисы примерами; отвечает не на все тесты и формулировки диктанта.

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если он не справился с подготовкой журналистских материалов в основных жанрах публицистики (программное выступление, очерк, фельетон, эссе), не овладел основной суммой понятий, не ориентируется в проблемах и тенденциях развития журналистики; не отвечает на подавляющее большинство тестов и формулировок диктанта.

Основной разновидностью промежуточной проверки понимания терминологии и проблем считается межсессионная аттестация, которая проводится в середине семестра. В процессе аттестации учащиеся, которые пропускали практические занятия или недостаточно активно работали на них, отчитываются по соответствующим темам и участвуют в собеседовании по отдельным разделам дисциплины. Свои знания можно предварительно проверить по «Вопросам для собеседования». Проблемные вопросы и тесты, а также терминологические диктанты адресуются и всем остальным студентам. Диктанты проводятся во время консультаций и также являются формой промежуточной аттестации.

## **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

Основная литература:

Бакшин, В.В. Основы журналистики : учебное пособие / В.В. Бакшин. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательство «Флинта», 2016. - 56 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9765-0752-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=79332> (28.12.2018).

Коханова, Л.А. Основы теории журналистики : учебное пособие / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 535 с. - (Медиаобразование). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01499-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117692> (28.12.2018).

Дополнительная литература:

Клюев, Ю.В. Теория и практика массовой информации : учебное пособие / Ю.В. Клюев. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 100 с. - Библиогр.: с. 90-94. - ISBN 978-5-4475-6023-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884> (28.12.2018).

Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784> (28.12.2018).

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

поисковые системы Rambler, Google, Yandex; система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет» <https://uni.ivanovo.ac.ru>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)

Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>

Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office и(или) LibreOffice, интернет-браузер Microsoft Edge и(или) Yandex Browser.

## **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины**



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(Реклама и связи с общественностью)

Учебные аудитории:

- для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;
- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации (модели, макеты, демонстрационные устройства и др.); электронные пособия (презентации, электронные словари и т.п.).

**Автор(ы) рабочей программы дисциплины:** к.ф.н., доценты отделения журналистики, рекламы и связей с общественностью Н.А.Докучаева, А.А.Ивин, Н.А. Голубев

Программа рассмотрена и утверждена на заседании Отделения журналистики, рекламы и связей с общественностью

«\_\_1\_\_» \_\_\_\_\_сентября\_\_\_\_\_ 2023\_г., протокол № \_\_1\_\_

Программа обновлена

протокол заседания кафедры №1 от «29» августа 2024 г.

Согласовано:

Руководитель ОП \_\_\_\_\_ И.О. Фамилия  
(подпись)

Программа обновлена

протокол заседания отделения № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Согласовано:

Руководитель ОП \_\_\_\_\_ Е.Е Ломакина  
(подпись)