ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по научно-методической
и учебной работе
_____ И. Скафа
"21" декабря 2016 г.
МП

Рабочая программа учебной дисциплины

«Типология современных СМК»

Направление подготовки (специальность): 42.04.02 «Журналистика»

Профиль подготовки:

Образовательный уровень выпускника: магистр

Форма обучения: очная, заочная

Донецк – 2016

2

УТВЕРЖДАЮ:
Декан филологического факультета
_____ И. М. Артамонова
"20" декабря 2016 г.

Программа учебной дисциплины «Типология современных СМК» составлена на основе ГОС ВПО по направлению подготовки (специальности) 42.04.02 «Журналистика» и «Положения об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики», утверждённого приказом Министерства образования и науки ДНР «30» октября 2015 г. № 750 с учетом «Изменений к Положению об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой народной республики» от «10» августа 2016 г., приказ № 832.

Разработчик:
Ст.преп. кафедры журналистики _____ О.А.Грабовская

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики

Протокол № 3 от "20" октября 2016 г.

Заведующий кафедрой _____ И.М. Артамонова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией филологического факультета Протокол № 4 от "19" декабря 2016 г.

Председатель учебно-методической
комиссии факультета _____ С. В. Руденко

1. Область применения и место дисциплины в учебном процессе:

Дисциплина «Типология современных СМК» является базовой дисциплиной профессионального блока подготовки специализированных кадров, является обязательной при реализации основных образовательных программ подготовки специалистов по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика; закладывает базовые знания по основам профессиональной деятельности журналиста и создает мотивацию для дальнейшего изучения других дисциплин профессионального блока.

2. Нормативные ссылки *(при необходимости)*

3. Структура дисциплины *(модуля)*

Характеристика учебной дисциплины	очная форма обучения на базе	*заочная форма обучения на базе*
	ОУ бакалавр	ОУ бакалавр
Образовательный уровень:	Магистр	
Направление подготовки	42.04.02 Журналистика	
Профиль		
Количество содержательных модулей	1 содержательный модуль (11 тем)	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы[1]	Базовая часть. Профессиональный блок.	
Формы контроля	*Текущий (модульный контроль), промежуточная аттестация (зачет)*	

Показатели	очная форма обучения на базе		*заочная форма обучения на базе		
	ОУ бакалавр		ОУ бакалавр		
Количество зачетных единиц (кредитов)	3			3	
Количество часов	108			108	
Год подготовки	2			2	
Семестр	3			-	
Количество часов	108			108	
- лекционных	16			4	
- практических, семинарских	16			4	
- лабораторных	-			-	
- самостоятельной работы	76			100	
в т.ч. индивидуальное задание	-			-	
Недельное количество часов, т.ч.	7,2			-	
аудиторных	2			-	
самостоятельной работы	5			-	

4. Описание дисциплины

Цели и задачи

Цель: получение представлений о работе средств массовой коммуникации через СМИ — как средство донесения информации (словесной, звуковой, визуальной) по принципу широковещательного канала, охватывающее большую аудиторию и действующее на постоянной основе.

Задачи:

а) ознакомиться с основными понятиями современных СМК;

б) изучить потребности читательской аудитории в информации, обусловленные основными политическими, экономическими, социальными, духовными и биологическими процессами;

в) получить первичные представления о методике работы над материалами, усвоить схему построения материалов и работы с источниками информации для того, чтобы максимально удовлетворять запросы читательской аудитории;

г) ознакомиться с современным подходом и запросах общества относительно в получении новостных и аналитических материалов;

д) ознакомиться с этическими нормами при работе с информационными и художественно – публицистическими материалами.

Требования к результатам освоения дисциплины: Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика

а) общекультурных компетенций (ОК):

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

б) общепрофессиональных (ОПК):

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1).

в) профессиональных (ПК):

научно-исследовательская деятельность:

- проводить научное исследование различных аспектов функционировании отечественных и зарубежных средств массовой информации (история, теория, организация редакционной деятельности, методика журналистского творчества, этические и правовые основы СМИ, экономика, социология, психология журналистики, язык и стиль СМИ и т.п.), а также других видов массовой коммуникации на основе самостоятельно разработанной методологии и методики, получение теоретически и практически значимых результатов, выводов (ПК-1);

- участвовать в работе научных коллективов, разрабатывающих соответствующую тематику и проблематику медиаисследований (ПК-2);

- составлять обзоры исследований в соответствующей области, реферировать литературу, рецензировать научные публикации (ПК-4);

организационно-управленческая деятельность:

- анализировать практику ведущих отечественных и зарубежных специалистов аналогичного профиля в целях использования профессионального опыта и совершенствования квалификации (ПК-6);

проектная деятельность:
- генерировать и анализировать информацию, необходимую для разработки медиапроекта, определять информационные ниши проблемно-тематического направления, актуального для СМИ «повестки дня», целевой аудитории (ПК-7);

- разрабатывать концепции, модели, формат издания, программы, рубрики, колонки, а также медиапроектов других типов (ПК-8).

консультационная деятельность:

- осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования (ПК-11).

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

З*нать*:
- суть типологии современных СМК, их функции и виды;

Уметь:
- применять на практике различные методы работы журналиста по сбору информации для удовлетворения запросов читательской аудитории, использовать формы общения согласно деловому этикету журналиста, действовать в соответствии с основными правами и обязанностями журналиста.

Владеть:
- основными понятиями и терминами в типологии современных СМК.

4. Содержание дисциплины и формы организации учебного процесса

Порядковый номер и тема	**Краткое содержание темы**
Содержательный модуль 1.	
Тема 1. Основные функции массовой коммуникации	Три основные функции массовой коммуникации по Г. Лассуэллу : - обозрение окружающего мира, что можно интерпретировать как информационную функцию; - корреляция с социальными структурами общества, что можно толковать как воздействие на общество и его познание через обратную связь; - передача культурного наследия, что можно понимать как познавательно- культурологическую функцию, функцию преемственности культур.
Тема 2. Концепция информационно-коммуникативного общения	Методолгия изучения массово-коммуникативных процессов и системный, конкретно-исторический подход по Ю. Буданцеву. В его основе следующее положение: возникновение и развитие средств МК синхронно возникновению и развитию человеческого общества, причем определяющим моментом

	является именно общественное развитие. Массовую коммуникацию этот исследователь трактует как широкое поле общения посредством естественных СМК.
Тема 3. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема	Социальная система массовой коммуникации состоит из нескольких важнейших составляющих. К ним относят: аудиторию, дифференцированную по вкусам, образовательному уровню, возрасту и т.д.; организации исследования аудитории; организации, создающие и распространяющие содержание массовой коммуникации; спонсоров или рекламодателей; рекламные агентства. Помимо перечисленных взаимосвязанных компонентов, выделяется также подсистема контроля, включающая в себя: совокупность законодательных органов различного уровня; агентства по контролю за соблюдением нормативных актов; самодеятельные ассоциации, способствующие контролю. Внутренним стержнем или базовым условием, обеспечивающим функционирование системы массовой коммуникации в целом, являются, по Де Флюэру, финансы. Большинство из компонентов системы представляют собой профессиональные ролевые структуры, мотивация персонала которых достигается посредством денег. Причем все они в той или иной степени зависят от аудитории, как центрального компонента системы. Ключевым моментом функционирования системы является обеспечение аудитории развлекательным содержанием. Причем необходимым является такое содержание, которое будет удовлетворять потребности максимально широкой аудитории.
Тема 4. Тенденции развития СМК в России	Период, когда советская социология по политическим причинам превратилась в российскую, привнес в ситуацию, сложившуюся в недрах науки, изучающей систему массовых коммуникаций, несколько принципиально новых характеристик: уменьшение государственного финансирования научных программ в научных и учебных институтах, связанных с массовыми коммуникациями; появление профессиональных организаций, предложивших такого рода деятельность на коммерческой основе; появление структур — как в информационной сфере, так и в коммерческой, — заинтересованных в такого рода информации и проявивших готовность финансировать ее; последнее обстоятельство привело к тому, что такого рода исследования, носившие поначалу эксклюзивный характер, стали осуществляться по принципу мониторинга.
Тема 5. Социальные функции СМК	Функции СМК: 1) оптимизация деятельности общества за счет ориентации на социальное общение, позволяющее изменить коллективную (совместную) деятельность; 2) функция контакта, которая играет роль в формировании группового сознания; 3) функция социального контроля через использование социальных норм, этических и эстетических требований; 4) функция социализации личности - воспитательная функция привития личности тех черт, которые желательны для общества. - функция организация поведения - коммуникативная функция - информационная функция - просветительская функция -

	рекреационная .
Тема 6. СМК и интересы социальных субъектов	В процессе осуществления массово-коммуникационной деятельности качество субъектов обретают:- носители социальных интересов (их цели заключаются во влиянии на массовое сознание) - владельцы отдельных СМК как субъекты реализации коммерческих интересов- журналисты (коммуникаторы) как субъекты реализации творческих и профессиональных интересов- массовая аудитория как совокупность субъектов, имеющих общую цель - получение информации для ориентации в среде существования. Субъектами МК как вида социальной деятельности, как правило, выступают социальные группы, занимающиеся трансляцией духовных значений в массовое сознание. Каждый из участников данной деятельности также является субъектом, но субъектом другого деятельностного ряда. Любой субъект сам определяет свои цели и способы их реализации. Существует два типа социальных субъектов - институциализированные (т.е. подкрепленные законодательством - несовершеннолетние, пенсионеры, студенты) и неинституциализированные (молодежь, пожилые люди) субъекты. Основные соц. субъекты общества: 1) власть и граждане 2) работодатели и наемные работники 3) богатые и бедные 4) занятые в общественном производстве и незанятые в общественном производств
Тема 7. СМК как социальный институт общества	Объектом массовой коммуникации выступает такое состояние массового сознания, которое характеризуется оценочностью, а именно общественное мнение, формирование которого посредством внедряемых оценок является целью духовно-практической массово-коммуникативной деятельности, продукты которой удовлетворяют субъектов данной деятельности. В качестве субъектов массовой коммуникации могут выступать не только субъекты политической деятельности, но и любой другой, например, экономической, субъекты имеющие цель оценочного воздействия на массовое сознание.
Тема 8. Теории деятельности СМК как массово-коммуникативного процесса	Единая теория массовой коммуникации исторически складывалась и до сих пор формируется из научных подходов, позиций и исследований многих ученых – представителей как общественных, так и естественных и технических отраслей знания. Она вызревала в русле философии (Аристотель, Д. Локк, Т. Гоббс и др.), исследований по социологии и психологии (Г. Тард, Г. Лебон – конец XIX – начало XX века, Л.С. Выготский – 30-е годы, Т. Адорно, Г. Лассауэлл, Г. Маркузе, М. Хоркхаймер, П. Лазарсфельд, Р. Мертон и др. – 40-е годы, Ю. Хабермас, С. Московичи, А. Менегетти и др. – 60–80-е годы XX века). Можно выделить два историко-концептуальных подхода к определению самого понятия «теория массовой коммуникации». Первый простирает возможности исследования массовой коммуникации до периода первобытного общества, через изучение процессов общения древних людей и племен друг с другом, особенностей средств этого общения, приемов и знаков передачи трудовых, сакрально-обрядовых, бытовых и культурных текстов

Тема 9. Теории СМК	Теория культивации - единая теория массовой коммуникации исторически складывалась и до сих пор формируется из научных подходов, позиций и исследований многих ученых – представителей как общественных, так и естественных и технических отраслей знания. Она вызревала в русле философии (Аристотель, Д. Локк, Т. Гоббс и др.), исследований по социологии и психологии (Г. Тард, Г. Лебон – конец XIX – начало XX века, Л.С. Выготский – 30-е годы, Т. Адорно, Г. Лассауэлл, Г. Маркузе, М. Хоркхаймер, П. Лазарсфельд, Р. Мертон и др. – 40-е годы, Ю. Хабермас, С. Московичи, А. Менегетти и др. – 60–80-е годы XX века). Можно выделить два историко-концептуальных подхода к определению самого понятия «теория массовой коммуникации».Первый простирает возможности исследования массовой коммуникации до периода первобытного общества, через изучение процессов общения древних людей и племен друг с другом, особенностей средств этого общения, приемов и знаков передачи трудовых, сакрально-обрядовых, бытовых и культурных текстов. Теория зависимости СМК от потребностей аудитории - концепция пользы и удовлетворения потреблением. Это теория зависимости от медиа – чем больше человек зависит от того, что удовлетворяет его потребности с помощью СМК , тем значительнее их роль в его жизни – т.е. сильнее влияние. Теория обретения пользы и удовольствия определяет цель коммуникационного поведения как отдых\получение информации — согласно этой концепции, аудитория состоит из множества индивидов, каждый из которых имеет собственные интересы и вкусы и черпает из медиа то, что способствует удовлетворению этих интересов и приносит ему пользу. Теория социального обучени - подход возник в недрах бихевиористской психологии, ставящей во главу угла связь между стимулом и реакцией , и разрабатывался в основном в 60-е годы социальным психологом Альбертом Бандурой и его коллегами . Мы усваиваем модели поведения, глядя, как окружающие ведут себя определенным образом, а затем имитируя их действия. Роль СМИ приобретает здесь значимость, когда примеры, демонстрируемые в них, становятся источником изучения.
Тема 10. Теории неограниченного и ограниченного влияния СМК на аудиторию	На большую часть людей оказывают сильное влияние политические партии и религиозные организации Прямые медиаэффекты есть, но они значительно скромнее по своим масштабам, чем думалось. В кризисное время они возрастают, охватывая большее число людей, а в спокойное - ослабляются, действуя на небольшие группы по интересам. По аналогии с разной степенью влияния СМИ на людей, можно говорить о разной степени и обратного влияния аудитории на СМИ. То есть теорию активной аудитории можно разделить на две части– ограниченного и неограниченного влияния на СМИ. Другими словами, часть людей влияет через выбор того, что им предлагают, а другая часть может сильно влиять с помощью

	денег, власти или прямого насилия. Характеристики активной аудитории – избирательность (селективность – способность к отбору информации), ориентация на пользу (практичность, утилитаризм), духовная активность (преднамеренность), эмоциональная увлеченность, самоконтроль и устойчивость к нежелательным воздействиям. В целом активное использование СМК проявляется в избирательном, мотивированном, вовлеченном, планируемом, устойчивом, интерактивном, критическом отношении к сообщениям.
Тема 11. Социальная ответственность СМК	Теории социальной ответственности появляются прежде всего при рассмотрении проблем “СМИ – аудитория” и “СМИ - власть”. Они соответствуют логике поиска оптимальных (золотых) пропорций во взаимодействии между этими социальными институтами. Если из двух осей сделать крест, то теориям социальной ответственности будет соответствовать круг, соединяющий точки золотых сечений. Он символизирует наилучшие разрешения противоречий, существующих между СМИ и обществом, аудиторией, властью и другими институтами общества. Вопрос о социальной ответственности СМК возник как реакция на негативные явления их реальной практики. К середине XX века предметом критики были следующие:1). СМК пользуются своей властью в собственных интересах. Их владельцы проводят свои собственные взгляды на политику и экономику в ущерб мнению оппонентов.2). СМК пресмыкаются перед большим бизнесом, нередко позволяя рекламодателям контролировать редакционную политику и содержание материалов.3). В освещении текущих событий большое внимание обращается на поверхностное и сенсационное, а развлекательным материалам часто недостает содержательности, или они несут угрозу общественной морали.4). СМК контролируются группами политиков и предпринимателей и ограничивают свободный и открытый рынок идей, сопротивляются невыгодным для них переменам.5). Происходит вторжение в частную жизнь гражданИменно в модели социальной ответственности воплощается новый идеал соединения свободы и ответственности. Идеальная модель социальной ответственности, формулируемая в терминах либеральных ценностей, требует от СМИ выполнения определенных обязательств перед обществом, а именно: точность, объективность и сбалансированность, плюрализм мнений, отражающих разнообразие общества, доступность СМИ для разных групп, возможность критики и самокритики, репрезентации вариативных точек зрения, в частности, меньшинств. Деятельность средств массовой коммуникации в идеале является саморегулирующейся посредством правовых норм и соответствующих институтов.

Содержательный модуль 1												
Названия содержательных модулей и тем	**Количество часов**											
	Очная форма						**Заочная форма**					
	на базе бакалавриата						**на базе бакалавриата**					
	всего	**в т.ч.**					всего	**в т.ч.**				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 1. Основные функции массовой коммуникации	9	1	1	-	7	-	10	0,5	0,5	-	9	-
Тема 2. Концепция информационно-коммуникативного общения	9	1	1	-	7	-	10	0,5	0,5	-	9	-
Тема 3. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема	11	2	2	-	7	-	9,5	0,25	0,25	-	9	-
Тема 4. Тенденции развития СМК в России	9	1	1	-	7	-	10	0,5	0,5	-	9	-
Тема 5. Социальные функции СМК	11	2	2	-	7	-	9,5	0,25	0,25	-	9	-
Тема 6. СМК и интересы социальных субъектов	11	2	2	-	7	-	9,5	0,25	0,25	-	9	-
Тема7. СМК как социальный институт общества	9	1	1	-	7	-	10	0,5	0,5	-	9	-
Тема 8. Теории деятельности СМК как массово-коммуникативного процесса	11	2	2	-	7	-	10,5	0,25	0,25	-	10	-
Тема 9. Теории СМК	10	2	2	-	6	-	9,5	0,25	0,25	-	9	-
Тема 10. Теории неограниченного и ограниченного влияния СМК на аудиторию	9	1	1	-	7	-	10	0,5	0,5	-	9	-
Тема 11. Социальная ответственность СМК	9	1	1	-	7	-	9,5	0,25	0,25	-	9	-
Итого по содержательному модулю	**108**	**16**	**16**	**-**	**76**	**-**	**108**	**4**	**4**	**-**	**100**	**-**
Итого:	**108**	**16**	**16**	**-**	**76**	**-**	**108**	**4**	**4**	**-**	**100**	**-**

6. Темы семинарских занятий

Семинарские занятия по дисциплине «Типология современных СМК» учебным планом не предусмотрены.

7. Темы практических занятий

№ п/п	Название темы
1	***Тема 1***. Основные функции массовой коммуникации
2	***Тема 2.*** Концепция информационно-коммуникативного общения
3	***Тема 3.*** Средства массовой коммуникации как социальная подсистема
4	***Тема 4.*** Тенденции развития СМК в России
5	***Тема 5.*** Социальные функции СМК
6	***Тема 6.*** СМК и интересы социальных субъектов
7	***Тема 7.*** СМК как социальный институт общества
8	***Тема 8.*** Теории деятельности СМК как массово-коммуникативного процесса
9	***Тема 9.*** Теории СМК
10	***Тема 10.*** Теории неограниченного и ограниченного влияния СМК на аудиторию
11	***Тема 11.*** Социальная ответственность СМК

8. Темы лабораторных занятий

Лабораторные занятия по дисциплине «Типология современных СМК» учебным планом не предусмотрены.

9. Самостоятельная работа

№ з/п	Название темы
1	***Тема 1***. Основные функции массовой коммуникации
2	***Тема 2.*** Концепция информационно-коммуникативного общения
3	***Тема 3.*** Средства массовой коммуникации как социальная подсистема
4	***Тема 4.*** Тенденции развития СМК в России
5	***Тема 5.*** Социальные функции СМК
6	***Тема 6.*** СМК и интересы социальных субъектов
7	***Тема 7.*** СМК как социальный институт общества
8	***Тема 8.*** Теории деятельности СМК как массово-коммуникативного процесса
9	***Тема 9.*** Теории СМК
10	***Тема 10.*** Теории неограниченного и ограниченного влияния СМК на аудиторию
11	***Тема 11.*** Социальная ответственность СМК

10. Индивидуальные задания

Индивидуальное задание по курсу «Типология современных СМК» учебным планом не предусмотрены.

11. Контрольные вопросы к промежуточной аттестации

1. Назовите три значения понятия «коммуникация» в настоящее время.
2. Перечислите постоянные элементы процесса коммуникации.
3. Дайте определение массовой коммуникации.
4. Какие три подсистемы средств массовых коммуникаций принято выделять?
5. Назовите свойства взаимоотношений прессы и аудитории.
6. Какие общие черты отличают телевидение и радио от газет и журналов?
7. В чем специфика функционального подхода в социологии?
8. Какова роль массовой коммуникации в современном обществе?
9. Какие коммуникационные революции претерпела история развития коммуникаций?
10. Назовите новые социальные потребности, возникшие в обществе с мануфактуризацией производства, которые нуждались в новых информационных каналах.
11. Перечислите критерии информационного общества, выделяемые американскими исследователями.
12. Какими чертами характеризуется массовое общество?
13. Что представляет собой массовое сознание?

12.Образец экзаменационного билета

13.Образец тестового задания *(при наличии)*

14. Критерии оценивания

Оценка знаний студентов по курсу «Типология современных СМК» осуществляется по рейтинговой системе. Результаты учебной деятельности студентов оцениваются по 100-бальной шкале. Система оценивания - накопительная.

Успешность обучения по дисциплине измеряется **100 балами** по шкале ECTS при условии посещения лекций (5 баллов), ответов на практических занятиях (15 баллов), модульного контроля (15 баллов), выполнения исследовательских, творческих и дополнительных заданий (10 баллов), а также активной самостоятельной работы студента в течение семестра (5 баллов).

Формы текущего контроля:

- ведение конспекта лекций и работа на практических занятиях;
- выполнение творческих заданий из перечня предложенных преподавателем и дополнительных заданий в течении семестра.

Итоговая форма контроля – зачет.

Шкала оценивания: национальная и ECTS

Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по шкале ECTS	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
90-100	**A**	5 (отлично)	зачтено
80-89	**B**	4 (хорошо)	зачтено
75-79	**C**	4 (хорошо)	зачтено
70-74	**D**	3 (удовлетворительно)	зачтено
60-69	**E**	3 (удовлетворительно)	зачтено
35-59	**FX**	2 (неудовлетворительно)	не зачтено

		с возможностью повторной сдачи	
0-34	**F**	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

15. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Кафедра журналистики имеет необходимые материально-технические ресурсы для полноценного обеспечения учебного процесса. Для лекционных занятий – просторная аудитория, которая рассчитана на 70-80 человек, оборудованная меловой доской. На кафедре имеется ноутбук, колонки, мультимедийный проектор и экран для презентации учебного материала в интерактивной форме.

Для проведения практических занятий выделены компьютерные аудитории, в которых есть выход в Интернет, а также Wi-Fi доступ для пользования личными ноутбуками.

16. Рекомендованная литература

Основная

1. Кравченко, А. И. Социология : хрестоматия для вузов. - М. : Академический Проект, 2004.

2. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 2003.

3. Науменко Т. В. Социология массовой коммуникации: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2004.

4. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2003.

5. Филатова О.Г. Социология массовой коммуникации: учебное пособие. – М.: Гардарики, 2006.

6. Черных А.И. Социология массовых коммуникаций: учебное пособие. – М.: Изд-й дом ГУ ВШЭ, 2008.

7. Шарков, А. А. Родионов. Техника и технология сбора и обработки информации : рекомендовано Мин. образования. - М. : Перспектива, 2003.

.

Дополнительная

1.Кулагин Н.И., Ростов В.Н. Взаимодействие органов расследования с учреждениями массовой информации. – Волгоград, 2004.

2. Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста: Очерки теории и практики: учеб. пособие для студентов вузов / О.Р. Самарцев / под общ. ред. Я.Н. Засурского. М.: Академ. проект, 2007. 527 с.

3. Лукина М.М. Технология интервью. – М., 2003.

4. Прикладная юридическая психология / Под ред. А.М. Столяренко. – М., 2001.

5. Ростов В.Н. Взаимодействие следователя и органа дознания с пресс-службой УВД и средствами массовой информации при расследовании преступлений: Автореферат дисс. на соискание ученой степени кандидата юридических наук. – Волгоград, 2002.

6. Сидоров В.А. Прогноз в журналистике. – СПб., 2001.

17. Информационные ресурсы

www.poynter.ru (Институт Пойнтера)
www.ruj.ru (Союз журналистов России)
www.cjes.ru (Центр экстремальной журналистики России)
www.gdf.ru (Фонд защиты гласности)
www.evartist.narod.ru (библиотека работ по журналистике)
www.gipp.ru (Гильдия издателей периодической печати (ГИПП)
www.journalist-virt.ru (журнал "Журналист")
www.mediareview.by.ru (Интернет-журнал медиакритики и медиаобразования)
www.mediasprut.ru (проект "МедиаСпрут")
www.pdi.ru (Институт развития прессы (ИРП)
http://Witrina.ru (портал печатных СМИ России)
http://edu.of.ru/mediaeducation/ (Российский общеобразовательный портал)
http://www.mediascope.ru/ (МЕДИАСКОП (Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ).
http://lib.walla.ru (Публичная Электронная Библиотека)
http://www.iqlib.ru (Электронная библиотека IQlib)
http://www.gumer.info (Библиотека ГУМЕР - гуманитарные науки

18. Программное обеспечение (при наличии)

Для каждой конкретной дисциплины в разделе «Тематический план изучения дисциплины» не обязательно наличие всех подразделов, так как могут быть предусмотрены не все виды работ.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры с изменениями (без изменений) на 2016-17 уч. год.
Протокол заседания кафедры №3 от 20.10.2016.
Зав.кафедрой _____ Артамонова И.М.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры с изменениями (без изменений) на 2017-18 уч. год.
Протокол заседания кафедры № 1 от 28.09.2017.
Зав.кафедрой _____ Артамонова И.М.