

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Б1.В.ОД.4 ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТИКИ

**Семестр:** 7

**Количество часов:** 72 часа

**Количество зачетных единиц:** 2

**Промежуточная аттестация:** зачет

**Место дисциплины в структуре ООП:**

Дисциплина «Основы журналистики» относится к базовой части плана подготовки бакалавров направления 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* направленность «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

**Цель дисциплины:** ознакомление обучающихся с основными особенностями массово-информационной деятельности. Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

- ознакомление обучающихся с основополагающими понятиями и категориями журналистики как массово-информационной деятельности;
- представление критериев адекватности сообщения СМИ;
- рассмотрение особенностей взаимодействия СМИ с аудиторией, обсуждение специфики журналистского произведения.

**Содержание дисциплины:** Понятийный аппарат курса: система основных категорий теории журналистики. Журналистика как система видов деятельности, как продукт деятельности и как социальный институт. Цепочки категорий вокруг понятия журналистики (В. Ворошилов). Определения журналистики и журналиста. Понятие «журналист» в «Законе о СМИ РФ». Важнейшие качества журналистики. Простота и сложность журналистики (В. Третьяков). Креативность в противопоставлении «писательству». Журналистика как «просвещенный дилетантизм». Понятие «информация» с точки зрения разных дисциплин. Кибернетический подход к анализу информации, «бит» как единица измерения информации. Применимость подхода для анализа журналистики. Журналистская информация – знания и сведения; воспринятое и усвоенное сообщение. Массовая информация как часть социальной информации. Структура массово-информационной деятельности. Эффективность журналистики как института. Журналистика и массовая коммуникация: определения и соотношение понятий. Коммуникация как одна из форм деятельности. Спектр проявлений. Аспекты анализа коммуникации, разнообразие определений, акценты в зависимости от позиций исследователя. Виды коммуникации. Критерии в определении коммуникации как массовой. «Стержневые» понятия в определении). Журналистика и массовая коммуникация: соотношение понятий. Понятие средства как media. Средства массовой коммуникации и средства массовой информации. Краткий обзор коммуникационных моделей: процессуальная (Шеннон, Уивер), контент-аналитическая (Лассуэлл), «модель коммуникатора» (Уэстли, МакЛин). Социальные функции и функционирование журналистики. Потребности общества и индивида как основа функций журналистики. Многоаспектность

представления о функциях журналистики. «Игроки» на информационном рынке. Различные теоретические подходы к анализу функций. Функция и функционирование. Социально-ролевая характеристика прессы (С. Корконосенко). Субъектный подход и критерии функциональности. Функции журналистики (Е. Прохоров). Трактовка идеологической и культууроформирующей функции. Общественно значимые функции журналистики (В. Третьяков). СМИ как канал выражения и согласования социальных интересов. Анализ функций массовой коммуникации на уровне социума и индивида (М. Назаров). Противоречие между информативной и развлекательной функциями. Иные функции: функция присвоения статуса, укрепления социальных норм, дисфункция наркотизации социума (П. Лазарсфельд, Р. Мертон). Понятие дисфункции. Дезинформация: трудности в определении. Источники и методы получения информации. Стадиальность журналистики как деятельности. Этапы подготовки журналистского материала. Специфика методов на каждом этапе. «Традиционные» методы журналистики (наблюдение, беседа, анализ документов) и методы, пришедшие из социологии (эксперимент, опрос и др.). Типы источников информации. Законодательная и исполнительная власть как источник информации. Административные службы и общественные структуры, предприятия, учреждения, НИИ и т. д. Персоналии: эксперты, консультанты, коллеги, участники, свидетели. Источники, ресурсы и носители информации. Особенность Интернет-ресурсов. СМИ как источник информации для журналиста. Памятка корреспондента информационного агентства по работе с первоисточниками. Типы ссылок: источники сведений и источники мнений. Комиссия по свободе доступа к информации: ведомость российского журналиста логманами-чиновниками. Соотношение приемлемых методов получения информации (Россия и США). Основные проблемы, связанные с получением информации. Журналистский текст (message): актуальность, тема, семантика и синтактика. Создание адекватного текста (сообщения, message) как профессиональный навык журналиста. Факт (онтологический и гносеологический) и ситуация. Двойственная природа факта: чувственный (эмпирический) и рациональный (логический) аспекты. Сложное строение и элементы факта. Факт и ситуация. Типы ситуаций (Г. Лазутина). Актуальность и тема как характеристика журналистских произведений.

Принципы организации материала: предмет, метод, жанр. Структура творческого акта: сбор информации и создание текста. Этапы организации текста. Уровни информации в тексте. Семантика, синтактика и прагматика журналистского текста (Е. Прохоров). Дескриптивная и прескриптивная информация. Стремление к объективности и ценностный подход. Опорная и рабочая идеи в журналистском тексте (Г. Лазутина). Устойчивые типы рабочих идей. Журналистский текст и аудитория: прагматика сообщения. Задачи текста и авторский замысел. Прагматика журналистского текста с точки зрения автора и с точки зрения аудитории. Принцип кооперации, необходимый для успеха коммуникации (Г. Грайс). Прагматическая адекватность, условия успешности коммуникации. Проявления небанальности. Важность предсказуемости, работы с уже известной информацией. Доступность (декодируемость) сообщения: тезаурус и эмоциональный опыт аудитории, код культуры / субкультуры, социальные

характеристики аудитории, особенности восприятия информации. Релевантность; потребности и интересы. Прагматика сообщения в контексте социальной психологии: эффективность сообщения и неучтенные эффекты. Процесс отбора поступающей информации (Г. Клаус). Барьеры восприятия информации. Установки и установочные комплексы. Теория когнитивного диссонанса: формы избирательности при работе с новой информацией. Влияние СМИ на общество («теория шприца», «теория повестки дня (agenda setting)», «лидеры мнений» П. Лазарсфельда). Социальное научение через репрезентации массмедиа. Научение через наблюдение, подавление, растормаживание. Правовое поле журналиста. Федеральные законы, регулирующие деятельность российских СМИ. Права и обязанности журналиста. Цензура. Доступ к информации, его социальный смысл. Свобода информации и ее законодательная кодификация. Регламентации ограничения доступа к информации, ее обнародования. Запрос на получение информации. Коммерческая, служебная и государственная тайна. Понятие аккредитации, его смысл. Право на скрытую съемку и аудиозапись (условия, при которых она возможна). Нарушения прав журналистов, препятствование законной профессиональной деятельности журналистов. Прецеденты в России. Презумпция невиновности и профессиональная деятельность журналиста. Важнейшие категории гражданско-правовой ответственности журналиста: честь, достоинство и деловая репутация. Понятие «недостоверность», термины «порочить», «позорить». Уголовно-правовая ответственность, понятия «клевета», «оскорбление», «нарушение неприкосновенности частной жизни». Общественный интерес и частная жизнь публичных персон. Российские и мировые прецеденты. Случаи, в которых «позорить честь и достоинство не возбраняется». «Можно ли избежать неприятностей», советы агентства журналистских расследований А. Константинова. Этика журналиста. Исторический экскурс: корпоративное, «внутрицеховое» регулирование. Взаимодействие и противоречия с законом. Этика доступа к информации. Этические дилеммы обнародования информации. Профессиональная этика. Служебная этика. Документы, регламентирующие этическую сферу журналистской деятельности. Этический кодекс для работников прессы (печати, радио и телевидения): роль прессы в обществе, независимость и ответственность прессы, отношения с источниками информации, героями, внештатными авторами, коллегами, редактором. Правила публикации материалов конфликтных и критических материалов. Защита источников информации. Различные кодексы профессиональной этики журналистов (Россия, США, Евросоюз): важнейшие положения. Гражданская ответственность журналиста. Свобода журналистской деятельности. Грани проблемы. Свобода, необходимость, ответственность в журналистской деятельности. СМИ как «четвертая власть». Социальная ответственность журналиста. Теории прессы через призму понятия «свобода»: либеральная, авторитарная, советская, социальной ответственности. История, основания, существенные отличия друг от друга. Теория для медиа периода развития и теория демократического участия (партиципаторная). СМИ как инструмент демократии. Экономические аспекты свободы журналистики. Структура «интересов журналиста» (В. Третьяков). Роли и установки журналиста: его, семейная, профессиональная, корпоративная, гражданская. Возможные конфликты установок. Агенты воздействия на СМИ «в

российском интерьере». Агенты влияния, их ресурсы. Представления о свободе СМИ в российском обществе (данные соцопросов).

**В результате освоения учебной дисциплины** обучающийся должен обладать следующими общекультурными (ОК) и профессиональными (ОПК, ПК) компетенциями:

ОК 5 - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

ОПК-3 - обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью.

ПК-9 - способностью использовать разные стили рекламных текстов и PR-текстов в средствах массовой информации: радио, телевидение, интернет, газеты, журналы

ПК-10 - владением основными методическими процедурами редактирования разных видов рекламных и PR-текстов

**Образовательные технологии:** в зависимости от цели и вида учебного занятия применяются разнообразные интерактивные образовательные технологии. Теоретический материал излагается на лекционных занятиях. Семинарские занятия ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления аналитической и профессиональной деятельности с применением интерактивных форм обучения (лекция-визуализация, комбинированная лекция в интерактивном режиме с использованием визуальной презентации, проведение практических занятий с использованием Интернет-видеосюжетов).

**Составитель:** Т.С. Аверячкина, канд. ист. наук, доцент.