

Документ подписан Министерством науки и высшего образования Российской Федерации  
Информация о владельце:  
ФИО: Макаренко Елена Николаевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 22.04.2024 10:23:54  
Уникальный программный ключ:  
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Института магистратуры  
Иванова Е.А.  
«01» июня 2023г.

**Рабочая программа дисциплины  
Медиакоммуникативные стратегии: зарубежный опыт**

Направление 42.04.02 Журналистика  
магистерская программа 42.04.02.02 "Медиалингвистика и новые средства  
коммуникации"

Для набора 2023 года

Квалификация  
магистр

**КАФЕДРА          Русский язык и культура речи****Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	15 2/6			
Неделя	15 2/6		УП	РП
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	8	8	8	8
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	92	92	92	92
Итого	108	108	108	108

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.03.2023 протокол № 9.

Программу составил(и): д.филол.н, профессор, зав.каф., Куликова Э. Г.

Зав. кафедрой: д.филол.н.,проф. Куликова Э.Г.

Методическим советом направления: д.филол.н, профессор, зав.каф., Куликова Э. Г.

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	1.1 анализ современного состояния систем и моделей средств массовой информации в зарубежных странах, прежде всего в наиболее развитых в сфере информационных технологий и СМИ;
1.2	1.2 рассмотрение национальных моделей СМИ и профессиональных особенностей деятельности зарубежных журналистов; изучение важнейших факторов, влияющих на развитие СМИ в современных условиях.

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-3: Способен осуществлять организационные, координационные, контролируемые обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов**

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

<b>Знать:</b>
социальную, культурологическую организацию медиатекстов, теоретические и методологические основы журналистики как коммуникационной среды воспроизводства культуры и общества (соотнесено с индикатором ПК 3.1).
<b>Уметь:</b>
использовать достижения современной междисциплинарной науки в профессиональной деятельности, совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и культурный уровень (соотнесено с индикатором ПК 3.2).
<b>Владеть:</b>
основными единицами, категориями медиатекста и механизмами его создания, новейшими достижениями в области культуры, науки, образования, знаниями в области манипулятивных технологий СМИ, навыками эффективной работы с информацией, создания собственного медиапродукта с ориентацией на культивацию культурных ценностей. (соотнесено с индикатором ПК 3.3)

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	<b>Раздел 1. Раздел 1. «Основные модели СМИ: общие характеристики и национальные особенности»</b>				
1.1	Тема 1.1: «Система и типология современных зарубежных СМИ». Системы средств массовой информации в развитых странах: сравнительный анализ. Понятие модели СМИ. Основные модели СМИ: общие характеристики и национальные особенности. «Система» и «типология» СМИ: характеристика понятий. Формы типологической классификации средств массовой информации. /Лек/ /Лек/	2	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17
1.2	Тема 1.3: «Аудиовизуальные зарубежные СМИ». Основные модели организации и финансирования зарубежного телевидения. /Пр/ /Пр/	2	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17
1.3	Тема 1.4: «Инфраструктура зарубежных СМИ». Информационные агентства, их типология. Мировые информационные агентства: статус и практика. Их типологические характеристики. Основные источники финансирования информационных агентств. /Лек/ /Лек/	2	1	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17
	<b>Раздел 2. Раздел 2. Характеристика развития журналистики в странах Западной Европы и Америки.</b>				

2.1	Тема 2.1: «Общая характеристика системы американской печати». Ведущие качественные издания США. Специфика коммерческой модели функционирования американских СМИ. Система американского телерадиовещания. Общественное американское телерадиовещание: задачи, функции и источники финансирования. /Лек/ /Лек/	2	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17
2.2	Тема 2.2: «Система современной печати Великобритании». Крупнейшие качественные и массовые газеты. Конкурентная борьба между медиагруппами Британии. Система британского телерадиовещания: специфика смешанной модели. Принципы управления ВВС. Появление ВВС World. /Пр/ /Пр/	2	1	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17
2.3	Тема 2.3: «Современные медиакоммуникации Франции». Медиакоммуникации современной Франции. Тенденции развития французской прессы в 1990 – 2000е годы. «Монд» — новая модель французской ежедневной газеты. Крупнейшие медиагруппы Франции. Децентрализация и разгосударствление французского телевидения (ОРТФ). Развитие частного телевидения. /Ср/ /Ср/	2	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17
2.4	Тема 2.4: «Современные медиакоммуникации Германии». Политическое устройство послевоенной Германии и судьба немецкой журналистики. Типология прессы ФРГ, ее основные характеристики. Крупнейшие современные немецкие медиаконцерны и информационные агентства. Выход на российский медиарынок. /Пр/ /Пр/	2	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17
2.5	Тема 2.5: «Современные медиакоммуникации Италии». Трансформация системы итальянской печати после Второй мировой войны. Новации газеты «Република». Меры государственной поддержки печатных СМИ. Государственное (РАИ) и частное вещание. Деятельность Риццоли и Берлускони на рынке частного телевидения. Процесс концентрации СМИ. Собственники крупнейших итальянских СМИ. /Пр/ /Пр/	2	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17
2.6	Тема 2.6: «Формы, методы и жанры информационного воздействия на аудиторию». Особенности редакционной работы в СМИ зарубежных стран. Деятельность внештатных корреспондентов (freelancers). Требования к журналистским материалам и критерии профессионализма. Проблема объективности подачи информации. Разделение новостей и комментариев. Американская «коллумнистика». /Ср/ /Ср/	2	22	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17
	<b>Раздел 3. Раздел 3. «Современные тенденции развития мировой журналистики»</b>				

3.1	Тема 3.1. «Основные тенденции развития современной международной журналистики» Последствия глобализации информации и возможность сочетания её с региональным интересом. Новые формы концентрации капитала и монополизации СМИ. /Лек/ /Лек/	2	1	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17
3.2	Тема 3.2: «Концентрация и монополизация в мировой журналистике» Объединение путем поглощения или на договорных партнерских началах. Объединение различных средств массовой информации в единый комплекс. Приобретение различных СМИ промышленно- финансовыми корпорациями. Перераспределение информационных потоков в каналах коммуникации, перенос деловой информации в специализированные информационные агентства и компьютерные сети. /Лек/ /Лек/	2	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17
3.3	Тема 3.3: «Системы саморегулирования в международной журналистской практике» Функции, цели и задачи международного права. Разнообразие правовых систем, регулирующих область медиакommunikаций. /Пр/ /Пр/	2	1	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17
3.4	Тема 3.4: «Новейшие тенденции развития мировых СМИ» Финансовая глобализация. Роль деловых СМИ в процессе глобализации. Информационное и экономическое функционирование медиаконцернов Европы. Проблемы глобализации и конвергенции в зарубежных медиакommunikациях. /Ср/ /Ср/	2	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17
3.5	Возникновение и развитие теории межкультурной коммуникации как самостоятельной дисциплины. Подходы к изучению межкультурной коммуникации в отечественной и зарубежной науке. Характеристика основных подходов: сходство и различия. /Ср/ /Ср/	2	32	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17
3.6	Интернет-коммуникация как особый вид коммуникации. Основные признаки интернет- коммуникации. Средства и способы реализации коммуникативных стратегий в блогах и интернет-форумах. /Ср/ /Ср/	2	32	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17
3.7	Моделирование процесса массовой коммуникации /Ср/ /Ср/	2	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17

3.8	/Зачёт/ /Зачёт/	2	0	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17
-----	-----------------	---	---	------	--

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Шарков Ф. И.	Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по напр. подгот. "Реклама и связи с общественностью"	М.: Дашков и К, 2014	15
Л1.2	Самарцев О. Р.	Творческая деятельность журналиста (очерки теории и практики): учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений	М.: Академ. проект, 2014	9
Л1.3	Березин В. М.	Массовая коммуникация : сущность, каналы, действия	М.: РИП-холдинг, 2004	5
Л1.4	Синдяев А. В.	Особенности аудитории российских СМИ: монография	Москва: Лаборатория книги, 2012	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=140092">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=140092</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.5	Никитенко, А. А.	Основы медиажурналистики: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012	<a href="http://www.iprbookshop.ru/44982.html">http://www.iprbookshop.ru/44982.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.6	Доброзракова, Г. А.	Журналистика в системе массовой коммуникации: учебное пособие	Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71829.html">http://www.iprbookshop.ru/71829.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.7	Амзин, А., Галустян, А., Гатов, В., Кастельс, М., Кульчицкая, Д., Лосева, Н., Паркс, М., Паранько, С., Силантьева, О., ван дер, Балмаева, С., Лукиа, М.	Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016	Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, Гуманитарный университет, 2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/75003.html">http://www.iprbookshop.ru/75003.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.8	Тангейт М., Савина М.	Медиагиганты: как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство: научно-популярное издание	Москва: Альпина Бизнес Букс, 2006	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495834">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495834</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

##### 5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Мельник Г. С.	Общение в журналистике: секреты мастерства	СПб.: Питер, 2008	15

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.2	Тертычный А. А.	Аналитическая журналистика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по напр. 030600 "Журналистика" и спец. 030601 "Журналистика"	М.: Аспект Пресс, 2010	10
Л2.3	Прохоров Е. П.	Правовые и этические нормы в журналистике	М.: Аспект Пресс, 2009	18
Л2.4	Варганова Е. Л., Засурский И. И., Раскин А. В., Рихтер А. Г., Засурский Я. Н.	Средства массовой информации постсоветской России: Учеб. пособие	М.: Аспект Пресс, 2002	98
Л2.5	Тертычный А. А.	Жанры периодической печати: Учеб. пособие	М.: Аспект Пресс, 2002	14
Л2.6	Никуличев Ю. В., Бриггз А., Кобли П.	Медиа: введение: учебник	Москва: Юнити-Дана, 2015	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114784">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114784</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.7	Коханова Л. А., Калмыков А. А.	Основы теории журналистики: учебное пособие	Москва: Юнити-Дана, 2015	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117692">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117692</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.8	Большц Н.	Азбука медиа: научно-популярное издание	Москва: Европа, 2010	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=128617">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=128617</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.9	Киселёв А. Г.	Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник	Москва: Юнити-Дана, 2015	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436719">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436719</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.10	Кинг Д.	Демократия и декаданс медиа	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2015	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=440031">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=440031</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.11	Асмолов, А. Г., Асмолов, Г. А., Варганова, Е. Л., Вербицкая, Ю. А., Войскунский, А. Е., Дунас, Д. В., Ениколопов, С. Н., Ефимова, Л. Л., Засурский, Я. Н., Зинченко, Ю. П., Кабрин, В. И., Карицкий, И. Н., Козлов, В. В., Коротченко, Е. А., Кузнецова, Ю. М., Матвеева, Л. В., Миронов, В. В., Назаретян, А. П., Петренко, В. Ф., Покровский, Н. Е., Пронин, Е. И., Пронина, Е. Е., Раскин, А. В., Соколова, Е. Т., Сорокина, В. В., Супрун, А. П., Чудова, Н. В., Варганова, Е. Л., Зинченко, Ю. П., Миронов, В. В.	Человек как субъект и объект медиапсихологии	Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011	<a href="http://www.iprbookshop.ru/27428.html">http://www.iprbookshop.ru/27428.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.12	Корконосенко, С. Г.	Теория журналистики. Моделирование и применение: учебное пособие	Москва: Логос, 2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/51641.html">http://www.iprbookshop.ru/51641.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.13	Олешко, Е. В.	Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности: учебное пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/68341.html">http://www.iprbookshop.ru/68341.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.14	Блохин И. Н., Варганова Е. Л., Воскресенская М. А., Корконосенко С. Г., Кругликова О. С., Корконосенко С. Г.	Теория журналистики в России: коллективная монография: монография	Санкт-Петербург: Алетейя, 2018	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=488271">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=488271</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.15	Кирия И. В., Новикова А. А.	История и теория медиа: учебник для вузов: учебник	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471753">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471753</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.16	Шпаковский В. О., Егорова Е. С., Милаева О. В., Сиушкин А. Е., Тетерина Е. А.	Технологии управления общественным мнением: учебное пособие	Москва, Вологда: Инфра- Инженерия, 2019	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=564679">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=564679</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.17		Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика: журнал	Москва: Московский Государственный Университет, 2020	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=577054">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=577054</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей



### 5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ГРАМОТА.РУ Справочно-информационный портал <http://gramota.ru/>

Национальная электронная библиотека (НЭБ) <https://rusneb.ru/>

Информационно-справочная система "Консультант+"

Информационно-справочная система "Гарант" - <https://www.garant.ru/>

База данных СМИ и информационных агентств, имеющих собственные интернет-порталы – <https://yandex.ru/news/smi>

Ведомости – <https://www.vedomosti.ru/>

Взгляд – <https://vz.ru/>

ВЦИОМ – <https://www.wciom.ru/>

Газета – <https://gzt.ru/>

Город N – <https://gorodn.ru/>

Государственная система правовой информации – <http://www.pravo.fso.gov.ru/>

Единый архив экономических и социологических данных по российской Федерации от НИУ ВШЭ – <http://sophist.hse.ru/>

Журналист – <https://jrnlst.ru/>

Интерфакс – <https://www.interfax.ru/>

Исследовательская компания Mediascope – <https://mediascope.net/>

Комитет защиты журналистов – <https://cpj.org/ru/>

Коммерсант – <https://www.kommersant.ru/>

### 5.4. Перечень программного обеспечения

LibreOffice

### 5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы;

- стулья;

- персональный компьютер / ноутбук (переносной);

- проектор;

- экран / интерактивная доска

## 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания*
<b>ПК-3:Способен осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов</b>			
<p>Знать связи информации и функционально-смысловых типов речи; типы и разновидности медиатекста.</p>	<p>обучающийся готовит ответы на вопросы коллоквиума; выполняет тестовые задания</p>	<p>обучающийся уверенно дает полные, содержательные и развернутые ответы на вопросы коллоквиума,</p> <p>обучающийся дает верные ответы на тестовые задания в объеме не менее 50% от общего числа</p>	<p>З (1-43) Т (1-10) К (1-14)</p>
<p>Уметь: анализировать тенденции развития медийных коммуникаций в условиях общественной трансформации, организовывать работу пресс-службы в различных сферах общественной жизни, осуществлять разработку концепции медиапроекта в сфере связей с общественностью.</p>	<p>обучающийся готовит ответы на вопросы коллоквиума, сообщения, доклады, готовит ответы на творческие задания; уместно использует языковые, невербальные, технические средства, отвечающие коммуникативным задачам</p>	<p>обучающийся уверенно дает полные и содержательные ответы на вопросы коллоквиума;</p> <p>обучающийся в ходе устных ответов и при выполнении творческих заданий демонстрирует четкое понимание механизма действия и условий использования языковых и невербальных средств;</p> <p>количество правильных ответов обучающегося при итоговом тестировании – не менее 50% от общего числа вопросов;</p>	<p>З (1-43) Т (1-10) К (1-14) ТЗ (1-4)</p>

<p>Владеть типами и разновидностями, жанрами медиатекста.</p>	<p>обучающийся выполняет задания, соответствующие темам занятий,; готовит доклады (сообщения) с последующей презентацией с применением технических средств или без них; готовит письменное эссе</p>	<p>количество правильных ответов обучающегося при итоговом тестировании – не менее 50% от общего числа вопросов;</p> <p>отсутствие/наличие недочетов при ответах и в процессе выполнения обучающимся заданий с применением информационных технологий и без них;</p> <p>обучающийся демонстрирует способность вести диалог с потенциальными деловыми партнерами, другими обучающимися и преподавателями в официальной и неофициальной обстановке, доказывать собственную точку зрения в ходе полемики</p>	<p>З (1-43)</p> <p>Т (1-10)</p> <p>К (1-14)</p> <p>ТЗ (1-4)</p>
---	---	--	---

*\* З – вопросы к зачету, Т-тесты, К- коллоквиум, ТЗ – творческие задания*

### 1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляются в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы по 100-балльной шкале:

50-100 баллов (зачет)

0-49 баллов (незачет)

**2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

## Вопросы к зачёту

1. Определение понятий «информационного пространства» и «информационного общества».
2. Основные тенденции развития информационного пространства в мире после холодной войны.
3. Понятие безопасности в глобальном информационном пространстве.
4. Российская информационная политика в области национальной и международной безопасности в контексте глобальных перемен.
5. Единство мира как глобальная тенденция: направления глобализации.
6. Российские СМИ в мировом информационном пространстве.
7. Ресурсы и внешнеполитический статус России в глобальном информационном пространстве.
8. Информационно-коммуникационные технологии и международная деятельность России.
9. Глобализация как процесс формирования единого финансово-информационного пространства. Этапы глобализации.
10. Регионализация глобальных СМИ (глокализация) и ее значение.
11. Российские СМИ в мировом информационном пространстве. Особенности конкуренции глобальных новостных СМИ.
12. Специфика программирования международных телесетей новостей. CNN и BBC World: концепции вещания. Al-Jazeera: информационный вызов западным телесетям.
13. Russia Today: приоритеты развития российского телеканала на мировом медиарынке.
14. Глобальные телесети и их аудитория.
15. Анализ российско-американских отношений в российских и зарубежных СМИ.
16. Информационная дипломатия: роль глобальных СМИ в разрешении кризисных ситуаций и международных конфликтов и их воздействие на политические решения мировых лидеров.
17. Информационные войны XXI века в телевизионном эфире и Интернете.
18. Международные организации телерадиовещания и решение глобальных проблем.
19. Функции дипломатической деятельности Public Relations.
20. Международный PR как часть глобальных коммуникативных стратегий.
21. Черты первичного и вторичного имиджа. Имиджевая система государства по Г. Даулингу
22. Имидж государства: понятие, значение, стратегии формирования.
23. Факторы эффективности политики формирования позитивного имиджа государства.
24. Имидж желаемый, имидж реальный, «позиционирование»: суть понятий, сходства и отличия.
25. Технологии формирования положительного образа государства.
26. Использование СМИ в процессе формирования имиджа государства

27. Отечественная информационная политика улучшения имиджа России.
28. Исследование образа России в зарубежных СМИ.
29. Основные компоненты имиджа государства.
30. Объективные параметры «персональных» характеристик формирования имиджа государства.
31. Составляющие «позитивного ресурса» и «негативных мифологем» позиционирования России в зарубежном медиадискурсе.
32. Доктрина информационной безопасности РФ: тенденции развития государственной информационной политики России.
33. Особенности формирования положительного имиджа России на международной арене.
34. Образ России за рубежом: стереотипы и традиции восприятия.
35. Медийные стратегии формирования образа современной России.
36. Основные тенденции развития сетевых новостных СМИ. Аудитория и сферы влияния новых медиа.
37. Международно-правовое регулирование информационных потоков.
38. Новый международный информационный и коммуникационный порядок и борьба за его осуществление.
39. Новая стратегия ЮНЕСКО в области массовых коммуникаций.
40. Ответственность за действия в сфере информационной безопасности.
41. Формирование глобального информационного пространства как реализация права на информацию.
42. Роль информационных технологий в управлении.
43. Основные тенденции развития сетевых новостных СМИ.
44. Информационная экспансия Запада.
45. Информационно-коммуникационные технологии и международная деятельность России.
46. Формирование глобального информационного пространства как реализация права на информацию.
47. Роль информационных технологий в управлении.
48. Управление международной информацией в глобальном мире.
49. Информационная глобализация и ее влияние на мировую политику, международные отношения, экономику, социальную сферу и культуру.
50. Обеспечение безопасности глобальных информационных и телекоммуникационных систем.
51. Глобальные сети финансово-экономической информации и их аудитория.
52. Проблемы освещения кризисных ситуаций и вооруженных конфликтов глобальными телесетями.
53. Основные тенденции развития сетевых новостных СМИ.
54. Место России в глобальном информационном обществе.
55. Субъекты глобального информационного общества.
56. Транснациональные медиакорпорации.
57. Конкуренция в сфере глобальных информационных потоков.
58. Информационная экспансия Запада.
59. Российские СМИ в мировом информационном пространстве.
60. Блогосфера как индикатор общественного мнения.
61. Современные глобальные издания и критерии их глобализации.
62. Специфика вещания и организации Euronews.

63. Мировые информационные агентства в системе средств массовых коммуникаций.
64. Альтернативная журналистика: блоги, онлайн-дискуссии, сетевые сообщества.
65. Потенциальные и реальные возможности влияния глобальных медиа на формирование общественного мнения.

### **Критерии оценивания:**

50-100 баллов (зачет) – магистрант успешно выполняет все задания, предусмотренные курсом, демонстрирует понимание механизмов функционирования юридического дискурса в современном информационном пространстве, знает основы лингвоюридической экспертизы текстов, умеет последовательно и аргументированно излагать собственную позицию по вопросам, относящимся к тематике курса.

0-49 баллов (незачет) – магистрант не выполняет задания, предусмотренные курсом, не понимает терминологию, описывающую механизмы функционирования юридического дискурса в современном информационном пространстве, не имеет собственной позиции по проблемам и вопросам, рассматриваемым в рамках курса.)

### **Тесты письменные**

1. *Изначально в основе изучения текстов массовой коммуникации и информации были заложены следующие основные виды их дифференциации. Выберите три верных ответа, исключив неправильный ответ:*

- 1) по совокупному образу ратора
- 2) по территориально-профессиональному признаку**
- 3) по видовым и жанровым особенностям
- 4) по темпоральному признаку**

2. *Речевая деятельность журналиста*

- 1) протеистична
- 2) монологична**
- 3) полифонична

3. *Транзактность – это:*

- 1) явление, связанное с тем, что фактор развлечения очень часто перевешивает фактор информативности для адресата текста
- 2) возможность смены коммуникативных ролей адресанта и адресата
- 3) образ мира, в центре которой стоит «я»
- 4) рокировка «внешнего» и «внутреннего» как термов топоса Целостности**

4. *Риторическая модальность медиатекста – это:*

- 1) фонд знаний автора и аудитории (адресата)
- 2) общее содержание информации в медиапотоке**
- 3) адекватное восприятие текста
- 4) коммуникативно-целевая компонента, риторический смысл (причем чаще всего этой компонентой является убеждение, открытое или скрытое, т.е. манипулятивное)

5. *Риторической модальностью обладают:*

- 1) все тексты медиадискурса**
- 2) тексты-рассуждения
- 3) информирующие тексты

4) развлекательные тексты

6. Языковые механизмы и средства, с помощью которых осуществляется языковая манипуляция – (укажите верные, исключив лишние варианты ответов):

- 1) введение оценочной информации в фактологическую
- 2) дробление информации
- 3) местоименные слова;
- 4) метафоричность, размытость значений
- 5) использование анафоры
- 6) система эвфемизмов и слов-определителей с «диффузной» семантикой
- 7) использование лексики, вызывающей прогнозируемые эмоции

7. Дайте самостоятельные развернутые ответы на следующие вопросы:

1) Какова специфика автора и адресата в медиатексте? Назовите параметры авторского начала в медиатексте? Как вы понимаете тенденцию к инверсии коммуникативных ролей в современном медиа-тексте?

**Требуется развернутый ответ**

8. Укажите количество межфразовых единств во фрагменте:

*Главной особенностью языка радио является сочетание словесного и звукового рядов. Использование широкого спектра возможностей аудиоряда — музыки, шумовых эффектов, фонетических и пара-тембральных свойств речи (интонация, темп, узнаваемые акценты, индивидуальные голосовые качества) делает язык радио мощным средством воздействия на массовую аудиторию. Язык телевидения представляет собой еще более совершенную систему кодифицированного воздействия, поскольку к уровням вербальному и звуковому прибавляется уровень визуальный, а именно движущееся цветное или черно-белое изображение. Именно поэтому телевидение считается самым эффективным в плане воздействия на общественное сознание средством массовой информации.*

а) одно; б) два; в) три; г) четыре; д) пять; е) шесть.

9. Какие методы анализа применимы к медиатексту? (Укажите верные варианты, исключив лишние)

- 1) Метод лингвокультурологического анализа
- 2) Когнитивный анализ
- 3) Транзактный анализ
- 4) Метод лингвистической экспертизы медиатекста
- 5) Мотивный анализ
- 6) Метод критической лингвистики (critical linguistics) –
- 7) Метод дискурсивного анализа (дискурсанализ)
- 8) Метод герменевтический
- 9) Метод контентанализа

10. Для современной лингвистики

- 1) дискурс и текст являются синонимичными понятиями
- 2) дискурс является частью текста
- 3) текст – это открытая система, сохраняющая в себе следы других текстов
- 4) дискурс – это сочетание текста и контекста

### **Инструкция по выполнению**

В процессе решения тестов магистрант должен выбрать верные ответы из предложенных вариантов, а также дать развернутые самостоятельные ответы на вопросы.

### **Критерии оценивания:**

- 0–8 баллов: дано менее 30% верных ответов (2-1)  
14–9 баллов: дано не менее 50% верных ответов (4-3)  
16–15 балла: дано не менее 60% верных ответов (6-5)  
19–17 балл: дано не менее 70% верных ответов (7-8)

30–20 баллов: дано не менее 80% верных ответов (9-10).

### Вопросы к коллоквиуму

1. Теория «массовой информации» и «массовой коммуникации»: имена, идеи, перспективы изучения.
2. Медиакартина мира, ее взаимосвязь с риторическим статусом медиавысказывания. Способы формирования медиакартины мира.
3. Когерентность – определение понятия, сфера применения.
4. Природа и сущность медиадискурса.
5. Исследования в области дискурс-анализа.
6. Взаимосвязь медиариторики и семиотики (влияние семиотических теорий Сепира-Уорфа, Пирса-Морриса на современные медиаисследования).
7. Взаимосвязь неориторики и классической риторики.
8. Риторическая модальность медиатекста
9. Политический дискурс: его связь с современным медиадискурсом
10. Аксиологический аспект риторики.
11. Понятие национального риторического идеала.
12. Риторическая позиция автора и ее роль в формировании медиакартины мира: медиариторический этос.
13. Влияние французского постструктурализма на становление медиариторики как науки.
14. Теория аргументации Х. Перельмана и ее влияние на формирование медиариторики как науки.

### Критерии оценки:

Для подготовки к коллоквиуму магистранту необходимо самостоятельно подготовить ответы на любые 2 вопроса из предложенных. По возможности обучающиеся готовят презентации или используют другие средства наглядности (раздаточный материал, схемы, таблицы, рисунки и т.д.). Каждый подготовленный ответ оценивается максимально в 15 баллов.

30-25 баллов – даны развернутые ответы на два выбранных вопроса из разных разделов, в ответе приводятся ссылки на научную и учебную литературу, изученную при подготовке к коллоквиуму; используются наглядные средства

24-16 баллов – подготовлены достаточно развернутые ответы, без использования наглядных средств

15-10 баллов – подготовлен развернутый ответ на 1 из предложенных вопросов

9-0 баллов – ни один из предложенных вопросов не подготовлен / ответы на вопросы подготовлены, однако не соответствуют выбранной теме, не раскрывают суть вопроса, ответ характеризуется критическим количеством речевых ошибок и нарушений логической связности высказывания.

### Ключи:

(1) Когезия и когерентность представляют собой разные аспекты связности текста, т.е. одному и тому же текстовому феномену даются разные определения, что, однако, не меняет его единой изначальной природы, скорее, речь идет о разном уровне функционирования одного и того же явления. Приведенные нами различные точки зрения на природу когезии и когерентности позволяют заключить, что независимо от того, как понимаются сущность и границы данных категорий, все они обнаруживают ряд общих моментов, суть которых состоит в следующем: во-первых, как когезия, так и когерентность обеспечивают целостность и единство текста; во-вторых, ранние этапы становления лингвистической теории текста были отмечены совершенно отчетливой тенденцией рассмотрения когезии и как средства формальной внутритекстовой связи. По мере развития лингвистики текста, когезию стали понимать значительно шире, принимая во внимание ее текстообразующие потенции в плане формирования не только структурной, но и смысловой (содержательной) целостности речевого произведения. Приведенные нами подходы к определению понятий «когерентность» и «когезия» позволяют заключить, что независимо от того, как понимаются сущность и границы данных понятий, все они обнаруживают ряд общих моментов, суть которых состоит в том, что как когезия, так и когерентность обеспечивают целостность и единство дискурса. Вместе с тем, мы разделяем мнение тех лингвистов, которые считают, что когезия, средства которой определяются когерентностью, т.е. глобальной связностью текста)

(2) Успехи формальной логики первых четырех десятилетий XX в. (построение формально-логических исчислений, попытка разрешить логическими методами парадоксы теории множеств, программа



редукции математики к логическому анализу и ее «фиаско» в образе ограничительных теорем Гёделя и Тарского) означали лишь одно — проблемы экстенциональной бессодержательной логики решены. Синтактика и семантика логического семиозиса нашли свое отражение в учебных процессах. Но с начала 1950-х гг. был содержательно тематизирован третий аспект логического семиозиса — прагматика. Логические схемы были дополнены риторическими фигурами и обрели модус коммуникативной реальности. Осознавая неразрывную связь между логикой и риторикой, можно программировать поиск эффективных средств осуществления межличностной коммуникации, конструирования персуазивного дискурса, реализации любых форм влияния. Реальную задачу по освобождению теории аргументации от опеки синтаксическо-семантической формальной логики сформулировал и начал решать Х. Перельман (1912—1984). Он разработал принципиально новую методологию решения коммуникативной проблематики, включив 22 в нее вопросы неформальной аргументации, к которой на протяжении многих веков была чувствительна лишь восточная логика. «Риторическая форма» аргументации исследуется как инструмент коммуникативных технологий в персуазивных контекстах (например, в рекламе). Такие атрибуты классической модели аргументации, как конечность и необратимость, дополняются темпоральными схемами аргументации. Согласно Х. Перельману, «время изменяет условия рассуждения: оно инспирирует иерархизацию понятий, их перестройку для адаптации к конкретной ситуации», допускает эффект временного согласия в коммуникации, проявления настойчивости со стороны коммуникантов, информационные повторения, изменение контекста, регламент, «кредит» внимания и доверия реципиента и т. д., не релевантные доказательству. Преодолевая «дилетантизм» классической философии и риторики, Х. Перельман включил в методологию риторики базисные элементы феноменологического восприятия мира: интенциональность как направленность сознания на объекты действительного или возможных миров (и, соответственно, интенциональные состояния мнения, желания, веры, надежды и др.), интенциональность как отнесенность интенциональных состояний к определенным фрагментам концептуальной системы носителя интенциональных состояний и индексальность как зависимость содержания интерпретации от определенной концептуальной системы. Это позволило выявить и обосновать ключевые факторы персуазивной формы общения: информационное воздействие, аргументацию и компетенцию ее участников. Несмотря на то что структуры убеждений как производные аргументационных фигур носят эгоцентрический характер, они формируются в результате конструктивного взаимодействия с внешней информационной средой. Следовательно, состав, характер и способ организации аргументации детерминир

### Творческие задания

#### Задание 1.

Придумайте произвольную тему статьи, например, про книгу любимого писателя, и составьте для нее 5-6 разных по стилю заголовков. Соблюдайте последовательность действий, которые необходимо предпринять прежде, чем вы возьметесь за написание новой статьи. Вот она: Определение целевой аудитории \ Выбор жанра и стиля \ Составление плана \ Определение уровня разъяснения \ Составление заголовка

**Ключ: 1.** Мечтают ли читатели об электроовцах? Зачем сегодня нужна фантастика? Дистопия, утопия или антиутопия – какой остров сегодня выберешь ты? Все, что вы хотели знать о непознаваемом.

#### Задание 2.

**Прочитайте следующий рекламный текст, представленный на лингвистическую экспертизу. Как бы вы ответили на вопрос, поставленный перед экспертом:**

**«Содержится ли в тексте утверждение о безвредности для здоровья рекламируемой алкогольной продукции?». Ответ аргументируйте.**

Пять озер: в чём тайна сибирской воды?

Несмотря на кризис, сибиряки прибавили в 2009 ещё 5% российского рынка, и за водкой «Пять озер» закрепился статус самой продаваемой сибирской водки в мире»

В чём же загадка такой популярности? Главное в «Пяти озерах» – это вода и ещё раз вода.

Сегодня, когда на некоторые этикетки в магазинах приходится смотреть зажмурившись, потому что о графа «состав» больше напоминает периодическую таблицу химических элементов, покупатели по настоящему ценят настоящее природное качество.

Конечно, любая хорошая водка более безопасна для здоровья, чем напичканные консервантами и сульфитами напитки. Но даже среди своих собратьев «Пять озер» стоят особняком – несмотря на объемы производства, каждую бутылку в «Пять озер» без исключения делают в Сибири на одном единственном заводе. И при изготовлении используют воду, питающую знаменитые таежные озера – Линево, Данилово, Урманное, Шайтан-озеро и Потаенное, которую местные называют «живой водой».

Верить или не верить в многочисленные легенды пяти сибирских озер каждый решает сам. Однако философия «Пяти озер»: «Сделано в Сибири» – это не просто слова.

В каждой из этих бутылок действительно есть частичка первозданной сибирской тайги.

**Ключ:** нет, здесь нет прямых утверждений о безопасности продукции, однако высказывание построено с использованием размытых метафор, эвфемизмов и др. приемов, создающих общее впечатление о безопасности у адресата.

### **Задание 3. Переведите фрагмент интервью из устной в письменную форму.**

Знаменитый джазовый трубач Валерий Пономарев выступил в ростовской филармонии с бигбэндом Кима Назаретова. А потом рассказал нам свою историю: как с Патриарших прудов попал в Нью-Йорк, в лучший в мире джазовый оркестр.

*Валерий Пономарев, 75 лет. Джазовый трубач, жил и работал в Москве, в 1973 году эмигрировал в США, где добился мирового признания. Играл в лучшем на тот момент оркестре Jazz Messengers под руководством барабанщика Арта Блэйки. Сегодня у Пономарева свой биг-бэнд в Нью-Йорке и оркестр «Русские посланцы» в Москве.*

— Вы, наверное, о концерте хотите узнать? Можете даже не спрашивать, я сейчас сам все расскажу. Знаете, иногда музыканты приспособливаются к публике и делают облегченную программу. А мы вчера играли без компромиссов — самый что ни на есть современный джаз. Прекрасно реагировала публика, как будто всю жизнь его слушала. И оркестр играл замечательно. Я еще на репетиции хотел им рекомендации раздать, а потом думаю, ладно, сначала послушаю. И никаких моих рекомендаций не понадобилось. Блестяще сыграли очень сложную программу.

... Таких моментов, когда мне будущее открывалось буквально, в жизни было несколько. Вот один из первых: я совсем мальчишка, мне шесть лет. Мама уговорила руководство пионерлагеря принять меня, хотя полагалось только с семи. Вот я в лагере, играю с мячом и вдруг слышу горн: *па-па-па-па-па-па*. Ну, казалось бы — что в этих звуках? Но есть что-то специфическое в звуке трубы. Такие же звуки призывали войска на битву еще в древние времена и вызывали в мужчинах чувства силы и победы. Так эти чарующие звуки на меня подействовали, что мяч я тут же бросил и побежал к горнисту. Ну, как у детей это бывает, прошу: дай поиграть. А тот не хочет. Тогда за меня дети вступились: «Отдай, он тут самый маленький!» С видом некоего превосходства (мол, пару раз дунет и ничего не сможет) отдал мне горн. А тот как будто мне всю жизнь принадлежал. И я сыграл точно те же звуки, один к одному. Ух, как эти дети завизжали! Лучше аплодисментов в моей жизни не было. Все когда-то пытались понемножку сыграть на этой трубе, и ничего не получалось. Как они заорали: «Во рыжий дает!» Горнист потом свой инструмент оберегал и мне не давал, а на следующий год я уже сам был горнистом в лагере. [конец фрагмента;

источник -

<https://nationmagazine.ru/people/a-ved-on-uzhe-znal-cto-ya-ne-prosto-turist-kotoryy-obal-del-ot-nyu-yorka-na-pilsya-i-lezet-na-stsenu>]

**Ключ:** Необходимо избавиться от вопросно-ответных конструкций, парцелированных высказываний, транспонируя их в сложносочиненные и сложноподчиненные предложения

### **Задание 4.**

Опишите свою дорогу от дома к офису, университету и т. п. в жанре репортажа. Старайтесь обращать внимание на детали. Расскажите о людях, которых встречаете по дороге.

**Ключ:** Чтобы репортаж «затягивал», он должен быть написан по законам драматургии: – появляется проблема (завязка);

– персонажи пытаются ее решить (развитие действия); – приближаются к решению (кульминация); – либо добиваются успеха, либо нет (развязка).

В подготовку репортажа обязательно входит наблюдение за происходящим. Иначе создать затем в тексте *«эффект присутствия»* невозможно.

Наблюдение должно быть целенаправленным и ориентированным на поиск эмоционально ярких эпизодов, которые раскрывают конфликт. Здесь две ключевые фразы *«эмоционально яркие эпизоды»* и *«раскрывают конфликт»*. Все остальное лишнее. Не повторяйте ошибку начинающих журналистов, которые пытаются зафиксировать все подряд, исписывают по несколько блокнотов, а затем оказывается, что многие эмоционально яркие сцены никак на конфликт не работают, и их приходится вычеркивать, а раскрывающих конфликт «держат внимание» сцен, наоборот, не хватает.

### **Критерии оценки:**

Каждое выполненное задание оценивается в 10 баллов (максимальное количество баллов за этот вид работы – 40 баллов, если качественно выполнены все 4 задания)

40-30 баллов – на высоком уровне выполнены не менее 3 заданий

29-16 баллов – на высоком уровне выполнены не менее 2 заданий

15-10 баллов – на достаточном уровне выполнено 1 задание

9-0 баллов – задания не выполнены/ выполнены на низком уровне

### **Материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета

Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку магистранта. Магистранты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются ключевые вопросы продвижения и развития медиапроектов, особенности продюсирования нишевых медиапроектов; обсуждаются теоретические и практические вопросы, связанные с ролью разнообразных креативных стратегий в продвижении медиапродуктов; даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовки к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания обучающихся по ряду рассмотренных на лекциях вопросов; развиваются навыки использования эффективных инструментов продюсирования digital-проектов в сфере массмедиа.

При подготовке к практическим занятиям каждый обучающийся должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- выполнить тесты, подготовить доклад и кейс-задания, в том числе, используя ПО Libre Office;
- выполнить разноуровневые задания;
- изучить основную и дополнительную литературу для подготовки к деловой игре.

В процессе подготовки к практическим занятиям обучающиеся могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены обучающимися в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы обучающихся над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый обучающийся обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников, выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации обучающиеся могут воспользоваться электронно-библиотечными системами, а также взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.