

# **ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

**ИЗДАТЕЛЬСТВО ТГТУ**

УДК 001(07)  
ББК 4231я7  
Т337

**Рецензент**  
Доктор филологических наук, профессор ТГТУ  
*И.М. Попова*

**Составитель**  
*Е.В. Лапина*

Т337 Теория и практика массовой информации : методические указания / сост. Е.В. Лапина. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 16 с. – 100 экз.

Включены темы лекционных, семинарских и лабораторных занятий, требования к написанию курсовой работы и список рекомендуемой литературы.

Предназначены для студентов 2 курса специальности 030602 «Связи с общественностью».

УДК 001(07)  
ББК 4231я7

© ГОУ ВПО «Тамбовский государственный  
технический университет» (ТГТУ), 2009  
Министерство образования и науки Российской Федерации  
**ГОУ ВПО «Тамбовский государственный технический университет»**

## **ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Методические указания  
для студентов 2 курса специальности 030602  
«Связи с общественностью»



---

Тамбов  
Издательство ТГТУ  
2009

Учебное издание

# **ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Методические указания

Составитель

ЛАПИНА Екатерина Валерьевна

Редактор Е.С. Кузнецова

Компьютерное макетирование М.А. Филатовой

Подписано в печать 9.10.2009.

Формат 60 × 84/16. 0,93 усл. печ. л. Тираж 100 экз. Заказ № 408.

Издательско-полиграфический центр

Тамбовского государственного технического университета  
392000, Тамбов, Советская, 106, к. 14

—

Теория и практика массовой информации  
(для студентов II курса специальности 030602 «Связи с общественностью»)

Рецензент

Доктор филологических наук, профессор И.М. Попова

Пособие содержит темы лекционных, семинарских и лабораторных занятий, требования к написанию курсовой работы и список рекомендуемой литературы.

## ВВЕДЕНИЕ

Цель предлагаемого курса “Теория и практика массовой информации” – ознакомление студентов с основами медиа-деятельности в контексте связей с общественностью, накопление практических навыков в данной сфере.

В процессе преподавания дисциплины “Теория и практика массовой информации” решаются следующие задачи:

1. Изучение основ теории журналистики,
2. Обучение студентов приемам и методам журналистского творчества,
3. Изучение принципов профессиональной деятельности журналистов, действующих законодательных и этических норм в СМИ.

В результате изучения дисциплины студент должен знать о роли и значении журналистики в современном коммуникационном пространстве, системе и типологии СМИ, структуре и работе редакционного коллектива, правовом статусе СМИ и журналиста. А так же уметь:

1. Эффективно взаимодействовать с представителями средств массовой информации.
2. Оценивать эффективность работы СМИ.
3. Проводить позиционирование СМИ с учетом целевой аудитории.
4. Готовить собственные журналистские тексты.
5. Формировать концепцию, композиционно-графическую модель газеты.
6. Планировать работу редакции.
7. Осуществлять выпуск корпоративного СМИ.
8. Использовать жанры информационной, аналитической и художественной публицистики в целях ПР.

У студента должны сформироваться представления об экономических аспектах деятельности СМИ, особенностях функционирования прессы, радио и телевидения.

## ЛЕКЦИОННЫЕ ЗАНЯТИЯ

### Тема 1. Социально-политические реформы и развитие журналистики

1. Дожурналистские устные и письменные формы коммуникационной деятельности. Роль социально-экономических факторов в развитии журналистики.
2. Социально-политические концепции журналистики: авторитарная, либертарианская, социальной ответственности, марксистская. Историческая типология журналистики: феодально-монархическая, религиозно-клерикальная, буржуазная и социалистическая журналистика.
3. СМИ России в условиях демократии.

### Тема 2. Журналистика как система СМИ. Типология СМИ и инфраструктура журналистики

1. Становление единой системы СМИ. Свойства прессы, радио и телевидения.
2. Инфраструктура журналистики. Возникновение телеграфных агентств, пресс-служб, PR-отделов.
3. Система российской прессы. Типологические признаки и характеристики.

### Тема 3. Место журналистики в формировании массовых информационных потоков и коммуникаций. Функции журналистики

1. Развитие массовой коммуникации, ее функции. Информация и власть, проблема 4-й власти.
2. Функции журналистики и их взаимодействие (идеологические, культурно-просветительские, рекреативные, рекламно-справочные, непосредственно организационные).

### Тема 4. Восприятие журналистской информации аудиторией

1. Аудитория СМИ как типичный носитель массового сознания. Потребности и интересы аудитории СМИ.
2. Эффекты воздействия СМИ. Психологические концепции СМИ: бихевиористская (управленческо-манипулятивная), когнитивистская (коммуникативно-познавательная).

### Тема 5. Идеино-тематические и структурно-композиционные особенности журналистского произведения

1. Тема и идея произведения. Место факта в информационных, аналитических и художественно-публицистических жанрах.
2. Структурная организация текстов информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров.

### Тема 6. Эффективность журналистики

1. Эффективность и действенность как слагаемые результативности.

2. Способы повышения эффективности и действенности журналистики. Способы оценки результативности. Редакционный и социальный контроль за действенностью журналистики.
3. Условия становления гражданского общества и формирования гражданской журналистики.

#### **Тема 7. СМИ как предприятие. Экономические аспекты**

1. Государственная политика в отношении СМИ. Законы «О средствах массовой информации», «О телевидении и радиовещании», «О праве на информацию», «Об авторском праве и смежных правах», «Об участии в международном информационном обмене», «О рекламе», «Об информации, информатизации и защите информации».
2. Позиционирование издания. Бизнес-план современной редакции. Ценообразование, себестоимость, спрос и распространение издания.

#### **Тема 8. Журналистика как сфера творческой деятельности**

1. Виды журналистской деятельности (редакторская, организаторская, авторская).
2. Использование жанров информационной, аналитической и художественной публицистики в целях ПР.
3. Место ПР в редакционной структуре.
4. Технические средства в процессе журналистского творчества.

#### **Тема 9. Производство периодических изданий. Технология выпуска газетно-журнальной продукции**

1. Технологические стадии выпуска газетно-журнальной продукции.
2. Виды печати.
3. Оформление газет, макетирование и верстка. Композиционно-графическое моделирование.

#### **Тема 10. Проблема свободы журналистской деятельности**

1. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности. Экономические и юридические аспекты свободы СМИ.
2. Цензура печати в прошлом и настоящем.

#### **Тема 11. Профессиональная этика журналиста**

1. Принципы журналистской этики.
2. Место проф. этических кодексов в современности.

## ПРАКТИЧЕСКИЕ И СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ

### **Семинарское занятие № 1.**

Возникновение журналистики. Становление книгопечатания и журналистики на Руси. Характеристика современных СМИ России. Проблема учредителя СМИ.

### **Семинарское занятие № 2.**

Система российской прессы. Типологические признаки и характеристики. Российские СМИ в Интернете: перспективы и реальность. Специфика прессы, радио и телевидения как медиа-средств для использования в целях связей с общественностью.

### **Семинарское занятие №3.**

Массовая информация и ее роль в обществе. Социальное предназначение журналистики.

### **Семинарское занятие №4.**

Аудитория СМИ: реальная, расчетная, потенциальная. Предпочтения и ожидания современной аудитории.

Формы обратной связи с аудиторией.

### **Семинарское занятие №5.**

Работа над произведением: сбор материала, структура, проблема, гипотеза. Выразительные средства журналистики: факты, образы, нормативы. Профессиональный анализ журналистского произведения.

### **Семинарское занятие №6.**

Постановка цели и знание аудитории в достижении результативности. Творческие факторы эффективности. Свойства популярного произведения, делающие его эффективным.

### **Семинарское занятие № 7.**

Регулирование отношений между учредителем (владельцем) и журналистами; журналистами и объектов их произведений; СМИ и социальных институтов; СМИ и граждан; СМИ и аудитории; СМИ и других СМИ; СМИ и технических служб. Роль дохода от рекламы в бюджете редакции. Маркетинговая политика редакции.

**Семинарское занятие №8.** Профессиональные обязанности редактора, секретаря, корреспондента, специалиста ПР. Роль информационной политики в работе редакции, ее составляющие. Формы осуществления редакционной политики.

**Семинарское занятие № 9.** Постоянные элементы в верстке. Эстетика газетной полосы. Специфика верстки газет различного формата. Взаимосвязь содержания и формы.

**Семинарское занятие № 10.** Российское законодательство о СМИ и свобода печати. Зависимость работы издания от политики учредителя, рекламодателя, читателя.

**Семинарское занятие № 11.** Гражданская ответственность журналиста. Нормы, функционирующие в отношениях между журналистом и аудиторией, журналистом и источником информации, журналистом и героями публикаций, журналистом и автором, журналистом и коллегами, журналистом и властью.

## ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

**Лабораторная работа № 1** Постановка темы и проблемы курсовых работ и ее раскрытие на последующих занятиях.

**Лабораторная работа № 2** Обсуждение и анализ актуальности, цели и задач курсовой работы.

**Лабораторная работа № 3** Обзор публикаций прессы Тамбовской области по теме курсовой работы.

**Лабораторная работа № 4** Обзор передач телекомпаний Тамбовской области.

**Лабораторная работа №5** Обзор передач Тамбовских радиостанций.

**Лабораторная работа №6** Подготовка обзорной статьи по проблеме освещения в СМИ выбранной темы курсовой работы.

**Лабораторная работа №7** Обсуждение и анализ текстов информационных жанров, подготовленных студентами по теме курсовой работы.

**Лабораторная работа №8** Интервью, виды и возможности.

**Лабораторная работа №9** Обсуждение и анализ текстов художественно-публицистических жанров, подготовленных студентами по теме курсовой работы.

**Лабораторная работа №10** Обсуждение и анализ текстов аналитических жанров, подготовленных студентами по проблеме курсовой работы.

**Лабораторная работа № 11** Корреспонденция, виды и возможности.

**Лабораторная работа № 12** Подготовка информационной политики издания.

**Лабораторная работа № 13** Использование журналистских жанров для достижения целей связей с общественностью.

**Лабораторная работа № 14** Оценка эффективности публикаций.

**Лабораторная работа № 15** Выпуск корпоративной газеты – планирование, цели издания, характеристики.

**Лабораторная работа № 16** Позиционирование издания на рынке прессы.

**Лабораторная работа № 17** Определение внешнего вида издания, создание композиционно-графической модели.

**Лабораторная работа № 18** Варианты продвижения издания на рынке прессы.



## **КУРСОВОЙ ПРОЕКТ. ЕГО ХАРАКТЕРИСТИКА**

Цель курсовой работы – отработка аналитических и журналистских навыков в процессе обзора прессы, разработки социально значимой проблемы, подготовки собственных публикаций и оценке эффективности проделанной работы.

Оценка курсовой работы предполагает выявление аналитических и журналистских навыков, умение применять теоретические положения на практике при решении вопросов и задач, связанных со СМИ. По выбранной теме студент разрабатывает актуальную проблему. Курсовая работы позволяет определить знания, умения и представления студента о теории и практике средств массовой информации и основах медиа-деятельности в контексте связей с общественностью.

### **Список тем курсовых работ:**

1. Виды и возможности жанра корреспонденции.
2. Виды и особенности жанра интервью.
3. Особенности жанра аналитического интервью.
4. Возможности художественно-публицистических жанров.
5. Реализация художественно-просветительских функций журналистики в Тамбовской прессе.
6. Реализация непосредственно организационных функций журналистики в Тамбовской прессе.
7. Реализация идеологических функций журналистики в Тамбовской прессе.
8. Эффективность и качество высшего образования.
9. Проблемы трудоустройства выпускников вузов.
10. Интересы и потребности молодежи.
11. Международная деятельность Тамбовского государственного технического университета.
12. Эффективность и качество высшего образования.
13. Проблемы трудоустройства выпускников.
14. Интересы и потребности молодежи.
15. Международная деятельность вузов.
16. Вопросы экологии.
17. Права и обязанности человека.
18. Развитие науки.
19. Развитие села и районов.
20. Молодая семья.
21. Общественные объединения и организация.
22. Развитие физкультуры и спорта.
23. Самореализация молодежи.
24. Молодежные субкультуры.
25. Развитие Тамбовского государственного технического университета.
26. Тема на выбор.

## **Требования к содержанию работы, ее оформлению, порядку написания:**

Курсовая работа состоит из следующих пунктов:

1. Введение (описание темы курсовой, выделение проблемы, описание ее актуальности, формирование цели и задачи курсовой работы).
2. Возможности жанров журналистики в раскрытии проблемы (раскрытие проблемы, ее аспектов, истории вопроса, а также изучение возможностей жанров журналистики для решения поставленных задач)
3. Обзор прессы по проблеме курсовой работы (анализ 2-3 печатных изданий за год с целью определения актуальности и значимости выбранной темы для СМИ, оценки ее разработанности и эффективности СМИ в решении проблемы).
4. Значение журналистики в PR-деятельности (раскрытие медиа-деятельности в целях PR: цели, задачи, возможности и эффективность).
5. Анализ собственных публикаций (должны быть представленные основные жанры: заметка, интервью, корреспонденция; а так же цель и оценка эффективности текстов различных жанров).
6. Выводы.
7. Список литературы.
8. Приложение (авторские публикации).

Объем курсовой работы - 20-30 листов, шрифт Times New Romans кегль 14, интервал – 1,5.

## **САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА**

1. Видные российские журналисты дореволюционного периода, их издательская и публицистическая деятельность
2. Процесс развития массовой прессы.
3. Технические основы телевидения, радио и печати.
4. Корпоративные издания
5. Понятие информационного общества.
6. Функции контроля, критики, интеграции и инноваций современных СМИ.
7. Предпочтения и ожидания современной аудитории.
8. Информационная безопасность.
9. Журналистика фактов и журналистика комментария.
10. Структурная организация текстов информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров.
11. Динамика развития журналистских жанров.
12. Научный, художественный и публицистический виды творчества.

13. Редакционный и социальный контроль над действенностью журналистики.
14. Причины экономических трудностей СМИ
15. Применение сетевого графика в работе редакции.
16. Редакционный менеджмент. Деятельность службы ПР.
17. Современные издательские системы.
18. Требования к оформлению колонок, заголовков, иллюстраций, рекламных объявлений.  
Выразительные средства фотографии, оформление фоторепортажа.
19. Концептуальные подходы к СМИ: революционно-демократический, предпринимательский, классово-политический и плюралистический.
20. Журналист и нормы общественной морали.
21. Кодекс профессиональной этики советского журналиста (1988) и Московская Хартия журналистов (1994). 10 пунктов Кодекса профессиональной этики журналистов России.

## **УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### Основная литература

1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста: Учебное пособие. – М.: Изд-во Моск. Унта, 1999. – 224 с.
2. Вартанова Е.Л., Иваницкий В.Л., Назайкин А.Н., Щепилова Г.Г., Макеенко М.И., Смирнов С.С. Основы медиабизнеса. Учебное пособие для студентов вузов - Издательство: Аспект-Пресс, 2009, 360 с.
3. Володина М. Н. Язык средств массовой информации. Учебное пособие - Издательство Академический проект Альма Матер, 2008
4. Ворошилов В.В. Журналистика. Учебник - Издательство КноРус, 2009, 496 с.
5. Ворошилов В.В. Маркетинговые коммуникации в журналистике. Конспект лекций – СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2000.
6. Гуревич С.М. Газета и рынок: как добиться успеха: Пособие для журналистов. – М., 1994
7. Гуревич С.М. Номер газеты. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2002.
8. Гуревич С.М. Основы редакционного менеджмента, 1994.
9. Дегтяренко Д. Корпоративные издания в России//Среда. – 2002. - №8-9.
10. Деловая пресса России: настоящее и будущее. Рихард Мюнх Роль журналистики в коммуникационном обществе, М., 1999 г.
11. Дзялошинский И.М. Методы деятельности СМИ в условиях становления гражданского общества: Учеб. Пособие. - М.: Пульс, 2000.
12. Дэвид Рэндалл Универсальный журналист. - М., 1996г.
13. Дэннис Э., Мэррил Дж. Беседы о масс-медиа. М., 1997.

14. Есин Б.И. История русской журналистики (1703-1917): Учебно-методический комплект. - 2-е изд., испр. - М.: Флинта: Наука, 2001. - 464 с.
15. Засурский Я.Н. Система средств массовой информации России: Учебное пособие для вузов/ Под ред. Я.Н. Засурского. М., 2001.
16. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR.СПб. , 1997.
17. Калмыков А.А., Коханова Л.А Основы теории журналистики. Учебное пособие - Издательство: Юнити, 2009, 536 с.
18. Колосов А.А., Сапунов В.И., Тулупов В.В., Цуканова М.И. Техника и технология СМИ: печать, радио, телевидение, Интернет. Учебник - Издательство: Изд. Михайлова, 2008, 320 с.
19. Ким М.Н. От замысла к воплощению: Технология подготовки журналистского произведения: Учеб. пособие – СПб., 1999
20. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. Учебник - Издательство: Аспект-Пресс, 2009, 318 с.
21. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. – М.: Аспект Пресс, 1999. – 208 с.
22. Мельник Г.С. Масс-Медиа: психологические процессы и эффекты. СПб., 1996.
23. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учебное пособие. - М.: Изд. РИП-Холдинг, 1998. - 310 стр. - (Практическая журналистика).
24. Прохоров Е.П. Свобода СМИ и журналистской деятельности на демократических принципах.: Учеб. пособие. – М.: Пульс, 2000. – 40 с.
25. Реснянская Л.Л. Общероссийские газетные издания. - М., 1999
26. Реснянская Л.Л. Особенности процесса формирования системы современной периодики/ МГУ - М. , 1996
27. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учеб. Пособие - М.: Аспект Пресс, 2000.
28. Тулупов В.В. Российская пресса: дизайн, реклама, типология. Воронеж, 1996.
29. Фред С. Сиберт, Уилбур Шрамм, Теодор Питерсон Четыре теории прессы. - М.: Изд. "Вагриус", Национальный институт прессы, 1998.
30. Шкондин М.В. Система средств массовой информации. - М., 1999

#### Дополнительная литература

1. Акопов А.И. Периодические издания. Учебно-методическое пособие для студентов-журналистов. 2-е изд., доп. – Издательство ООО МП “Книга” – Ростов-на-Дону, 1999.
2. Алексеева М.И., Болотова Л.Д., Вартанова Е.Л. Средства массовой информации России. Учебное пособие - Издательство: Аспект-Пресс, 2008, 380 с.
3. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров и маркетеров. – М.: Ассоциация авторов и издателей “Тандем”. Издательство “ГНОМ-ПРЕСС”, 1997. – С.115.

4. Блажнов Е.А. PUBLIC RELATIONS. ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ: Учебное пособие – Кишинев, 1994.
5. Дегтяренко Д. Корпоративные издания в России//Среда. – 2002. - №8-9.
6. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR.СПб. ,1997.
7. Ильченко С.Н. Отечественное телевидение постсоветского периода: история, проблемы, перспективы. Учебное пособие - Издательство: ИВЭСЭП Знание, 2008, 182 с.
8. Коршиков Т. Внутрифирменное издание как показатель корпоративного IQ компании// PR-диалог. – 2002. - №4.
9. Кривонос А. Д. Корпоративная пресса на Западе: история и типология// Pr-диалог. – 2002. - №3 (20).
10. Кривонос А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. – 2-е изд., доп. – СПб.: “Петербургское Востоковедение”, 2002. – 288 с.
11. Кулев В.С. Деловая пресса России. МГУ., 1996.
12. Почепцов Г.Г. Информационные войны. Киев.2000
13. Свитич Л.Г. Феномен журнализма.\ Под. Редакцией проф. Я.Н. Засурского. М.: Факультет журналистики МГУ, 2000. -252
14. Серебряков С. Самиздат в фирменной упаковке// Советник.- 2003. - №8. С. 30
15. Смирнов В.В. Актуальные проблемы журналистики, Ростов-на-Дону, изд-во "Старые русские", 2000 г.
16. Тульчинский Г.Л. PR фирмы: технология и эффективность. СПб, 2001.
17. Ричард Харрис. Психология массовых коммуникаций. 4-е международное издание. М.: «ОЛМА-ПРЕСС», - 2002.