

Министерство образования и науки РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования

«Воронежский государственный архитектурно-строительный университет»

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

*Методические указания
для студентов 1 - 3 курсов,
обучающихся по направлению 031600
«Реклама и связи с общественностью»*

Воронеж 2014

УДК 070(075)
ББК 76.0я7

Составители

О. Н. Аксенова, С. В. Меликян, Е. В. Швец

Теория и практика массовой информации: метод. указания для студ. 1-3 курсов, обуч. по направл. 031600 / Воронежский ГАСУ; сост.: О. Н. Аксенова, С. В. Меликян, Е. В. Швец. – Воронеж, 2014. – 25 с.

Методические указания содержат обзор основных тем дисциплины «Теория и практика массовой информации», контрольные вопросы к каждой теме, перечень основной литературы, а также практические домашние задания для самостоятельной подготовки.

Указания предназначены для студентов международного факультета направления подготовки 031600 «Реклама и связи с общественностью».

Библиогр.: 38 назв.

**УДК 070(075)
ББК 76.0я7**

*Печатается по решению научно-методического совета
Воронежского ГАСУ*

Рецензент – Н. Н. Лапынина, к. ф. н., проф. кафедры русского языка и межкультурной коммуникации Воронежского ГАСУ

Введение

«Теория и практика массовой информации» - первая дисциплина из цикла теоретических дисциплин, который знакомит студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью», с теоретическими понятиями и категориями, отражающими основополагающие направления функционирования журналистики как социального института, области массовой информационной деятельности, системы средств массовой информации.

Назначение курса - познакомить студентов с основами медиадеятельности в контексте связей с общественностью, способствовать накоплению практических навыков в данной сфере. Курс «Теория и практика массовой информации» рассматривает наиболее сложные в методологическом отношении вопросы создания текста в стиле перевернутой пирамиды, архитектонику, методику и структуру журналистского произведения, а также систему жанров в журналистике.

Цель методических указаний – дать студентам необходимые ориентиры при подготовке к семинарским и практическим занятиям по курсу. Материал для каждого занятия состоит из: 1) формулировки и обзора содержательного минимума темы; 2) вопросов для обсуждения; 3) творческой части в виде домашнего задания, которое студенты выполняют в ходе подготовки к практическому занятию; 4) рекомендуемой для изучения литературы.

Тема 1. Личность журналиста в современном мире

Журналистика – профессия, формирующая общественный взгляд на мир. Функции журналистики и их взаимодействие (идеологические, культурно-просветительские, рекреативные, рекламно-справочные, непосредственно организационные). Этико-правовые основы журналистики. Закон РФ о СМИ. Профессиональные качества очень важны в любой профессии. Журналист должен быть коммуникабельным, внимательным, иметь повышенное чувство профессиональной и социальной ответственности. Права и обязанности журналиста. Профессиональная этика журналиста

Вопросы для обсуждения:

1. Каково социальное предназначение журналистики?
2. Какими профессиональными качествами должен обладать журналист
3. В чем заключается гражданская ответственность журналиста?
4. Какие нормы функционируют в отношениях между журналистом и аудиторией, журналистом и источником информации, журналистом и героями публикаций, журналистом и автором, журналистом и коллегами, журналистом и властью?

Практическое задание:

Нарисуйте психологический портрет журналиста, работа которого привлекает ваше внимание, выписав на отдельном листе соответствие его качеств тем, которые рассматриваются в данной теме. Какова полнота качеств на ваш взгляд?

Список литературы:

1. Ворошилов В. В. Журналистка / В. В. Ворошилов. – СПб.: Изд-во В. А. Михайлова, 2000. – 336 с.
2. Григорян М. Пособие по журналистике / М. Григорян. – М.: Права человека, 2007. – 192 с.
3. Дымова И. А. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие / И. А. Дымова, П. Г. Рыков, Г. И. Щербакова. - Оренбург: ООО ИПК «Университет», 2013. - 164 с.
4. Жуков А. С. Основы теории журналистики: учеб.-метод. пособие / А. С. Жуков. - Пенза: ПГПУ им. В.Г. Белинского, 2012. - 55 с.
5. Ким М. Н. Основы теории журналистики: учеб. пособие / М. Н. Ким. – М.: Питер , 2013. - 286 с.
6. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста: учеб. пособие / А. В. Колесниченко. – М.: Аспект Пресс , 2013. – 399 с.
7. Корконосенко С. Г. Введение в журналистику: учеб. пособие / С. Г. Корконосенко . – М.: КноРус , 2011. - 270 с.
8. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста / Г. В. Лазутина. – М.: Аспект Пресс , 2013. – 223 с.
9. Мельник Г. С. Основы творческой деятельности журналиста / Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. – СПб.: Питер, 2008. – 271 с.
10. Основы журналистской деятельности / С. Г. Корконосенко [и др.]. – М.: Юрайт, 2013. - 332 с.
11. Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста / О. Р. Самарцев. – М.: Академический Проект, 2009. – 528 с.
12. Теплюк В. М. Этика журналистского творчества / В. М. Теплюк. – М.: Мысль, 1980. - 172 с.

Тема 2. Методы сбора информации в журналистике

Журналист может получать информацию в ходе непосредственного или опосредованного общения с источником. В таком случае он использует коммуникативные методы сбора информации. Журналист также может получать информацию, минуя стадию общения, то есть таким образом, что никаких коммуникативных действий не предпринимает. В этом случае он использует некоммуникативные методы. Третий способ получения информации – использование синтетических или аналитических методов.

Вопросы для обсуждения

1. Назовите известные вам коммуникативные методы сбора информации.
2. Чем отличаются коммуникативные методы сбора информации от некоммуникативных?
3. Раскройте сущность метода «скрытое наблюдение» на примере произведений Михаила Кольцова «Семь дней в классе», «Три дня в такси», «В ЗАГСе».
4. Чем, на ваш взгляд, отличается понятие «интервью» от понятия «беседа»?
5. В чем заключается подготовительная работа журналиста к участию в пресс-конференции?
6. Раскройте сущность аналитических методов получения информации.

Практическое задание:

1. Сформулируйте рекомендации по организации и проведению интервью.
2. Выберите интервьюируемого, подготовьте журналистский материал на основе проведенного интервью и постарайтесь разместить его в корпоративном издании или на сайте кафедры.
3. Проведите опрос по какой-либо интересующей вас актуальной теме, на основе полученных данных подготовьте журналистский материал и постарайтесь разместить его в корпоративном издании или на сайте кафедры.

Список литературы:

1. Воскобойников В. С. Журналист и информация / В. С. Воскобойников, В. К. Юрьев. – М.: РИА «Новости», 1993. – 204 с.
2. Жуков А. С. Основы теории журналистики: учеб.-метод. пособие / А. С. Жуков. - Пенза: ПГПУ им. В.Г. Белинского, 2012. - 55 с.
3. Ким М. Н. Основы теории журналистики: учеб. пособие / М. Н. Ким. – М.: Питер , 2013. - 286 с.
4. Кодола Н. В. Интервью: методика обучения: практические советы: учеб. пособие / Н. В. Кодола. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 173 с.
5. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста: учеб. пособие / А. В. Колесниченко. – М.: Аспект Пресс , 2013. – 399 с.
6. Корконосенко С. Г. Введение в журналистику: учеб. пособие / С. Г. Корконосенко . – М.: КноРус , 2011. - 270 с.
7. Лукина М. Технология интервью: учеб. пособие / М. Лукина. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 191 с.
8. Мельник Г. С. Основы творческой деятельности журналиста / Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. – СПб.: Питер, 2008. – 271 с.
9. Новожилова Т. Ф. Интервью как форма общения / Т. Ф. Новожилова. – М.: ИПК, 1996. – 41 с.

10. Основы журналистской деятельности / С. Г. Корконосенко [и др.]. – М.: Юрайт, 2013. – 332 с.
11. Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста / О. Р. Самарцев. – М.: Академический Проект, 2009. – 528 с.
12. Черникова Е. В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие / Е. В. Черникова. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с.

Тема 3. Структура творческой деятельности

Задумывая некую публикацию, журналист прежде всего должен определить тему. Тема произведения – это релевантный социальной ситуации сегмент событийной области (пространства), который дает автору представление о предмете повествования. Определившись с темой будущего произведения, журналист приступает к формированию его замысла. Замысел – это целостное представление о том, каким будет будущее произведение, в каком аспекте, с какой точки зрения, для какой аудитории будет решать затронутую проблему, раскрывать определенную тему.

Формирование окончательной идеи становится последним этапом перед стадией написания текста. Идея – это представление о прагматических задачах, которые предстоит решить, чтобы достичь поставленной цели и реализовать замысел.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое тема, замысел и идея произведения?
2. В чем сходство и отличие этих понятий?

Практическое задание:

1. Внимательно прочитайте несколько материалов в газете. Определите их тему, идею и замысел.
2. Преподаватель предлагает общую тему. Уточните ее до уровня замысла и затем – конкретной идеи. Наметьте план, составьте подробный перечень задач, которые вам предстоит решить для достижения цели, то есть реализации замысла.

Список литературы:

1. Ворошилов В. В. Журналистка / В. В. Ворошилов. – СПб.: Изд-во В. А. Михайлова, 2000. – 336 с.
2. Воскобойников В. С. Журналист и информация / В. С. Воскобойников, В. К. Юрьев. – М.: РИА «Новости», 1993. – 204 с.
3. Григорян М. Пособие по журналистике / М. Григорян. – М.: Права человека, 2007. – 192 с.

4. Жуков А. С. Основы теории журналистики: учеб.-метод. пособие / А. С. Жуков. - Пенза: ПГПУ им. В.Г. Белинского, 2012. - 55 с.
5. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста: учеб. пособие / А. В. Колесниченко. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 399 с.
6. Корконосенко С. Г. Введение в журналистику: учеб. пособие / С. Г. Корконосенко. – М.: КноРус, 2011. - 270 с.
7. Мельник Г. С. Основы творческой деятельности журналиста / Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. – СПб.: Питер, 2008. – 271 с.
8. Основы журналистской деятельности / С. Г. Корконосенко [и др.]. – М.: Юрайт, 2013. - 332 с.
9. Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста / О. Р. Самарцев. – М.: Академический Проект, 2009. – 528 с.
10. Черникова Е. В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие / Е. В. Черникова. – М.: Гардарики, 2005. - 287 с.

Тема 4. Работа редакции

Редакция любого печатного периодического издания представляет собой коллектив (от лат. *collektivus* – собирательный) – совокупность людей, объединенных общими целью и задачами. Редакция любого издания состоит из творческого коллектива и вспомогательных подразделений. Творческий коллектив – это сотрудники, занятые выпуском издания: корреспонденты, редакторы, фотографы, верстальщики и т.д. Во главе творческого коллектива находится главный редактор.

Уже давно стало общепринятым такое разделение труда, когда одни сотрудники редакции заняты только написанием текстов, другие – только редактированием, третьи – только фотографированием, четвертые – только версткой. Еще одно распространенное направление специализации – тематическое, когда журналист пишет материалы преимущественно об одной сфере. Значительно менее распространена жанровая специализация, когда журналист готовит материалы преимущественно одного жанра.

В последнее время возникла обратная тенденция – появились «универсальные» журналисты, способные не только готовить тексты, но и фотографировать, снимать видео, записывать звук, а также обрабатывать снятое и записанное, монтировать и выставлять на сайт.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое редакция?
2. Каков оптимальный состав и структура редакции?
3. В чем заключается специализация и разделение труда в журналистике?
3. Каковы тенденции изменения структуры редакции?

Практическое задание:

1. Предложите экономически и организационно оптимальные размеры, состав и структуру редакции определенной газеты (на выбор).
2. Составьте должностные обязанности творческих сотрудников предложенной вами редакции.

Список литературы:

1. Ворошилов В. В. Журналистка / В. В. Ворошилов. – СПб.: Изд-во В. А. Михайлова, 2000. – 336 с.
2. Жуков А. С. Основы теории журналистики: учеб.-метод. пособие / А. С. Жуков. - Пенза: ПГПУ им. В.Г. Белинского, 2012. - 55 с.
3. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста: учеб. пособие / А. В. Колесниченко. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 399 с.
4. Корконосенко С. Г. Введение в журналистику: учеб. пособие / С. Г. Корконосенко. – М.: КноРус, 2011. - 270 с.
5. Мельник Г. С. Основы творческой деятельности журналиста / Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. – СПб.: Питер, 2008. – 271 с.

Тема 5. Типология печатных СМИ

Главным типобразующим фактором средств массовой информации является — аудиторная направленность (от социально-демографических, социально-мировоззренческих черт аудитории, ее особенностей, потребностей, запросов, интересов, предпочтений и т.д. зависит проблемно-тематическая направленность СМИ, обращение к определенным пластам информации; при этом СМИ может быть по этому признаку универсальным, политематическим и монотематическим). А от того, в каком свете будут освещаться проблемы и темы, зависит социальная позиция СМИ, его политическая, экономическая и другая направленность в соответствии с представлением редакции о перспективах развития страны, ее месте и роли в мировом сообществе, линии поведения во внутренних и международных отношениях; при этом очень важно, какая позиция будет реализоваться в условиях плюрализма, т.е. линия поведения относительно других СМИ, представляющих другие социальные позиции, отстаивающие интересы других социальных слоев. Таким образом, выделяются следующие группы СМИ: по типу собственника, по языку СМИ, по территории распространения продукции, по целевому назначению, по характеру аудитории, периодичности выпуска, по источникам финансирования, по содержанию, по характеру обращения к тематическим пластам.

Вопросы для обсуждения:

1. Назовите основные критерии типологизации прессы.

2. Какие факторы формируют систему печатных СМИ нашего региона, города?

Практическое задание:

1. Дайте полную типологическую характеристику:

- одной центральной газеты;
- одной местной газеты;
- одного журнала.

Список литературы:

1. Ворошилов В. В. Журналистка / В. В. Ворошилов. – СПб.: Изд-во В. А. Михайлова, 2000. – 336 с.
2. Корконосенко С. Г. Введение в журналистику: учеб. пособие / С. Г. Корконосенко. – М.: КноРус, 2011. – 270 с.
3. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики / Е. П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 349 с.
4. Типология периодической печати / М. Е. Аникина [и др.]. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 236 с.

Тема 6. Структура журналистского текста и принцип перевернутой пирамиды

Наиболее популярной структурой, которая сформировалась в практике газетной деятельности еще в XIX веке, является принцип перевернутой пирамиды, который основывается на изложении материала от наиболее значимых аспектов к менее значимым деталям. На верхней ступени пирамиды «стоит» хэдлинейн – это основная мысль сообщения, его суть, вынесенная в начало.

Вторая линия схемы состоит из менее информативных аспектов – лид. Эта часть текста следует за хэдлинейном, в которой раскрываются основные аспекты события по мере убывания их значимости.

Следующая часть перевернутой пирамиды – основной текст. Он дополняет фактами и деталями основные аспекты лида, раскрывает основную идею, выраженную хэдлинейном от наиболее значимых к менее значимым. Завершающий элемент структуры – заключение.

Вопросы для обсуждения:

1. Чем эффективен стиль перевернутой пирамиды?
2. Какова структура перевернутой пирамиды?
3. Когда следует предпочитать принцип перевернутой пирамиды?

Практическое задание:

1. Внимательно прочитайте 5-6 материалов газеты. Установите, какие элементы перевернутой пирамиды содержатся в этих текстах.

Список литературы:

1. Воскобойников В. С. Журналист и информация / В. С. Воскобойников, В. К. Юрьев. – М.: РИА «Новости», 1993. – 204 с.
2. Ким М. Н. Основы теории журналистики: учеб. пособие / М. Н. Ким. – М.: Питер, 2013. – 286 с.
3. Ким М. Н. Репортаж: технология жанра / М. Н. Ким. – СПб.: Изд-во В. А. Михайлова, 2005. – 224 с.
4. Мельник Г. С. Основы творческой деятельности журналиста / Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. – СПб.: Питер, 2008. – 271 с.
5. Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста / О. Р. Самарцев. – М.: Академический Проект, 2009. – 528 с.

Тема 7. Хэдлайн

Хэдлайном принято называть главную мысль, заключающую в себе главный аспект, главную идею события, самое существенное о нем. Хороший хэдлайн динамичен не менее чем фотография, рисунок, картинка. Он сразу, с первого мгновения устанавливает ритм и стилистику текста, который за ним последует, дает представление о его содержании и даже тональности. Психология восприятия такова, что вероятность прочтения хэдлайна приближается почти к 100%. Хэдлайн в современной трактовке и заголовок – это далеко не одно и то же. От заголовка не требуется выражения главной мысли, емкой передачи содержания, тогда как именно это является основной функцией хэдлайна. Современные хэдлайны обычно многоуровневые. Существуют два принципа создания хэдлайнов, которые принципиально отличаются один от другого. Первый принцип сверху вниз, когда сначала придумывается хэдлайн, воплощая в нем основную мысль, а затем эта мысль логично разворачивается. Другой способ снизу вверх позволяет писать хэдлайн в последнюю очередь, после того, как написан основной текст.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое хэдлайн?
2. Чем хэдлайн отличается от заголовка?
3. Каково место хэдлайна на газетной полосе?
4. Рассмотрите два принципа создания хэдлайна.

Практическое задание:

1. На газетной полосе выделите хэдлайны, указав их уровни (деки).

2. К предложенному преподавателем тексту создайте многоуровневый хэдлинь.

Список литературы:

1. Воскобойников В. С. Журналист и информация / В. С. Воскобойников, В. К. Юрьев. – М.: РИА «Новости», 1993. – 204 с.
2. Ким М. Н. Основы теории журналистики: учеб. пособие / М. Н. Ким. – М.: Питер, 2013. – 286 с.
3. Ким М. Н. Репортаж: технология жанра / М. Н. Ким. – СПб.: Изд-во В. А. Михайлова, 2005. – 224 с.
4. Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста / О. Р. Самарцев. – М.: Академический Проект, 2009. – 528 с.

Тема 8. Лид

Лид – это та часть текста, которая следует сразу за главной мыслью, выраженной в хэдлине, и раскрывает суть события в основных аспектах. Все многообразие лидов принято делить на следующие группы:

- прямой лид (сводный лид, частное вступление, вступление-бросок, лид-капсула, лид-«стаккато», драматический лид, фотографический лид);
- косвенный лид (отложенное вступление, дразнящее вступление, интригующее вступление);
- лид-цитата, лид-вопрос.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое лид?
2. Рассмотрите типологию лидов.
3. В чем преимущество прямых лидов перед косвенными?
4. Почему именно шесть вопросов входят в сводный лид?

Практическое задание:

1. В печатных СМИ найдите примеры всех видов лидов.

Список литературы:

1. Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста / О. Р. Самарцев. – М.: Академический Проект, 2009. – 528 с.

Тема 9. Приемы и способы ссылок на источники информации

Из журналистского материала всегда должно быть понятно, откуда автор узнал то, о чем сообщается. Исключение – общеизвестные сведения, такое как

«Москва – столица России». Все остальные сведения следует снабжать ссылкам на источники или указывать метод, которым была получена информация. Если информация дана без ссылок, подразумевается, что журналист сам наблюдал за происходящим. Сведения, которые журналисту кто-то рассказал, нужно снабжать ссылкой на говорящего. Если собеседник не возражает против упоминания в прессе, тогда указывают его фамилию, имя и должность или отношение к случившемуся (очевидцев события). Однако нередки ситуации, когда собеседник просит журналиста не ссылаться на него. Это вовсе не означает, что информацию нужно публиковать без ссылки. Возможен целый спектр вариантов ссылок, которые, с одной стороны, позволят сохранить в тайне имя собеседника, с другой – дадут возможность журналисту показать, что информация была получена от источника, заслуживающего доверие.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие варианты ссылок на источники информации вам известны?

Практическое задание:

1. Внимательно прочитайте материалы газетного номера. Укажите варианты ссылок на источники информации, которые использовал журналист.

Список литературы:

1. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста: учеб. пособие / А. В. Колесниченко. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 399 с.

Тема 10. Понятие жанра в журналистике. Информационные жанры

Понятие жанра – одно из ключевых понятий журналистики. Каждый жанр имеет свою содержательную и формальную специфику. Жанр в общем смысле – это тип, особая форма отображения реальной действительности, имеющий характерные особенности. К основным жанровым признакам относятся:

- тема произведения;
- композиционная организация материала;
- мера типизации;
- изобразительные и выразительные средства.

Факторы, определяющие выбор жанра:

- характер отображаемого объекта;
- позиция автора;
- конечная цель.

В журналистике принято деление жанров на три основных вида: информационные, аналитические и художественные.

Информационные жанры – отображают действительность, приближаясь к ее реальной фабуле. В информационных жанрах важно умение видеть, отбирать, оценивать, комментировать и оперативно реагировать на новые общественно значимые факты.

К информационным жанрам относятся: хроника, заметка, репортаж, интервью, отчет.

Хроника – вид информации, короткое сообщение, предъявление факта.

Заметка – сообщение в двадцать - сто строк, имеющее заголовок и авторскую подпись.

Репортаж - это оперативная форма эмоционального, наглядного изображения события, участником или очевидцем которого был сам автор. Это своего рода история события.

Интервью представляет собой беседу журналиста с одним или несколькими лицами с помощью вопросов и ответов. В журналистике используется как жанр и как метод сбора информации.

Отчет – это концентрированная подача какого-либо события или мероприятия. Задача этого жанра – дать читателям полное развернутое представление о конкретном событии, его ходе, значении для общества.

Вопросы для обсуждения:

1. Раскройте понятие жанра.
2. Какие факторы определяют выбор жанра?
3. Дайте характеристику информационным жанрам.
4. Какова специфика хроники? Чем хроника отличается от заметки?
5. Раскройте понятия интервью как жанра журналистики.
6. Какова задача отчета?

Практическое задание:

1. На основе оперативных сводок сайтов поисковых систем Rambler, Yandex, Google подготовьте заметки о важных политических, экономических и социальных новостях.

2. Напишите информационную заметку на основе фактов, которые были бы интересны большому кругу лиц. Обязательным элементом вашей заметки должен быть информационный повод, т.е. «толчок» события», мотивировка темы. Условие: заметка должна быть адресована определенной аудитории.

3. Напишите отчет о спортивном соревновании (вид спорта на усмотрение студента).

4. Прочитайте конкретное интервью. Укажите его вид, адресность, целевую направленность, оцените содержательность и логичность. Самостоятельно подготовьте интервью (тип, модель интервью, выбор темы и собеседника – произвольны).

Список литературы:

1. Гехтляр С. Я. Жанры в СМИ: учеб. пособие / С. Я. Гехтляр, Е. А. Чернявская. - Брянск: ГК «Десяточка», 2012. - 296 с.
2. Горохов В. Н. Газетно-журнальные жанры / В. Н. Горохов. – М.: Наука, 1993. – 162 с.
3. Ким М. Н. Репортаж: технология жанра / М. Н. Ким. – СПб.: Изд-во В. А. Михайлова, 2005. – 224 с.
4. Криницын Е. Акулы интервью: 11 мастер-классов/ Е. Криницын. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 182 с.
5. Лазутина Г. В. Жанры журналистского творчества: учеб. пособие/ Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 319 с.
6. Майданова Л. М. Стилистические особенности газетных жанров / Л. М. Майданова. – Свердловск: УрГУ, 1987. – 65 с.
7. Мельник Г. С. Основы творческой деятельности журналиста / Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. – СПб.: Питер, 2008. – 271 с.
8. Пельт В. Д. Дифференциация жанров газетной публицистики / В. Д. Пельт. – М.: Изд-во МГУ, 1984. – 48 с.
9. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие / А. А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 348 с.

Тема 11. Аналитические газетно-журнальные жанры

Аналитические жанры отличаются глубокой, детальной проработкой причинно-следственных связей, оценочных отношений предмета, основательностью аргументации. Основное требование к аналитическим жанрам – взвешенность фактов, доказательность выводов и четкая авторская позиция.

К аналитическим жанрам относятся - корреспонденция, статья, обозрение, обзор печати, рецензия.

Корреспонденция структурно представляет собой анализ фактов, связанных единством темы, и их комментариев. Ее задача – изучение причин и следствий явлений- определяет организационно-практическую направленность жанра.

Статья – это жанр публицистики, выражающий развернутую, обстоятельно аргументированную концепцию автора или редакции по поводу актуальной социальной проблемы.

Обозрение (ревью) – аналитический жанр, который знакомит читателей с важнейшими событиями жизни страны, области, города, предприятия за определенный период (неделю, месяц).

Обзор печати – жанр, рецензирующий прессу. Его задача – обобщение опыта работы СМИ. Обзоры содержат критические замечания, советы и рекомендации и подразделяются на тематические, общие, информационные.

Рецензия - это оценка научного, художественного или общественно-политического произведения.

Вопросы для обсуждения:

1. Дайте характеристику аналитическим газетно-журнальным жанрам.
2. Каковы специфические черты статьи как газетно-журнального жанра?
3. Выделите специфические черты обозрения как газетно-журнального жанра?
4. Какова специфика рецензии?

Практическое задание:

1. Напишите статью для рубрики «Я – молодой», «Культура», «Спорт», «Проблемы большого города» (объем 200 строк).
2. Подготовьте обзор сайта www.inopressa.ru.
3. Найдите в газетах корреспонденции и статьи, в которых содержатся различные виды прогноза. Квалифицируйте их (прогноз-обязательство, прогноз-обещание, прогноз-желание, прогноз-предложение, прогноз-информация и т.д.). Оцените степень их состоятельности.
4. Напишите рецензию для массового издания на художественный фильм или выставку (объем 100 строк).

Список литературы:

1. Гехтляр С. Я. Жанры в СМИ: учеб. пособие / С. Я. Гехтляр, Е. А. Чернявская. - Брянск: ГК «Десяточка», 2012. - 296 с.
2. Горохов В. Н. Газетно-журнальные жанры / В. Н. Горохов. – М.: Наука, 1993. – 162 с.
3. Лазутина Г. В. Жанры журналистского творчества: учеб. пособие/ Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 319 с.
4. Майданова Л. М. Стилистические особенности газетных жанров / Л. М. Майданова. – Свердловск: УрГУ, 1987. – 65 с.
5. Мельник Г. С. Основы творческой деятельности журналиста / Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. – СПб.: Питер, 2008. – 271 с.
6. Пельт В. Д. Дифференциация жанров газетной публицистики / В. Д. Пельт. – М.: Изд-во МГУ, 1984. – 48 с.
7. Тертычный А. А. Аналитическая журналистика: учеб. пособие/ А. А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 351 с.
8. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие / А. А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 348 с.

Тема 12. Художественно-публицистические жанры

Художественно-публицистические жанры представляют собой синтез науки и искусства, литературы и социологии.

Преимущественная сфера отражения в художественно-публицистических жанрах – это социальные, духовные, нравственные коллизии личности. Жанр художественной публицистики предполагает не только констатирующую речь, но и выражение отношения к сообщаемому.

К художественно-публицистическим жанрам относятся: зарисовка, очерк, эссе, фельетон, памфлет.

Зарисовка отображает главным образом внешние стороны описываемых событий или явлений. В ней важны живость, эмоциональная насыщенность описания.

Очерк. Некоторые относят его к аналитическим жанрам. Другие – к жанрам художественной публицистики. С одной стороны – основан на фактах, с другой стороны – максимально приближается к художественным жанрам. Отличительная черта очерка – глубина авторского осмысления. Очерк не только комментирует и анализирует факт, но и переплавляет его через творческое сознание автора.

Эссе – это размышления на разные темы. События в эссе преломляются через внутренний мир автора, это отражение реально произошедшего в авторском сознании.

Фельетон – сатирико-юмористический художественно-публицистический жанр, главная цель – которого высмеять отрицательные явления. Для него характерна сатирическая типизация. Основное оружие фельетона – юмор, ирония.

Памфлет – острое средство полемической борьбы. Этот жанр предполагает широкое использование гротеска, сарказма, иронии.

Вопросы для обсуждения:

1. Дайте характеристику художественно-публицистическим жанрам.
2. Что является предметом отображения в зарисовке?
3. Какова специфика очерка?
4. Перечислите жанрообразующие признаки эссе.
5. В чем особенность фельетона как жанра?
6. Жанровое своеобразие памфлета.

Практическое задание:

1. Подготовьте очерковую зарисовку для обсуждения в группе (объём 2 – 3 страницы).

2. Напишите философское эссе на одну из предложенных тем: «Камень», «Красота», «Вера», «Любовь», «Война». Используйте рассуждение как тип речи. Внутренняя организация вашего текста должна проистекать из различных

ассоциативных связей. Однако в основе текста должна лежать продуманная идея, вокруг которой выстраивается вся цепь ассоциаций.

3. Напишите три портретные зарисовки с натуры (опишите людей с оригинальной внешностью или нестандартным поведением).

4. Напишите фельетон (тема по выбору).

5. Напишите памфлет (тема по выбору).

Список литературы:

1. Гехтляр С. Я. Жанры в СМИ: учеб. пособие / С. Я. Гехтляр, Е. А. Чернявская. - Брянск: ГК «Десяточка», 2012. - 296 с.
2. Горохов В. Н. Газетно-журнальные жанры / В. Н. Горохов. – М.: Наука, 1993. – 162 с.
3. Журбина Е. И. Теория и практика художественно-публицистических жанров. Очерк. Фельетон / Е. И. Журбина. – М.: Мысль, 1969. – 399 с.
4. Лазутина Г. В. Жанры журналистского творчества: учеб. пособие/ Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 319 с.
5. Майданова Л. М. Стилистические особенности газетных жанров / Л. М. Майданова. – Свердловск: УрГУ, 1987. – 65 с.
6. Мельник Г. С. Основы творческой деятельности журналиста / Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. – СПб.: Питер, 2008. – 271 с.
7. Пельт В. Д. Дифференциация жанров газетной публицистики / В. Д. Пельт. – М.: Изд-во МГУ, 1984. – 48 с.
8. Тертычный А. А. Аналитическая журналистика: учеб. пособие/ А. А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 351 с.
9. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие / А. А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 348 с.

Тема 13. Поиск информации в сети Интернет

Виды поиска в сети: информационный, навигационный, деловой.

Программные компоненты поисковых машин: система выдачи результатов, паук, краулер, индексатор, база данных. История поисковых систем. Популярные мировые поисковые системы: Google, Yahoo!, Baidu, Bing, Ask, AOL. Формулировка запроса в Google: простота, информативность, минимальное количество слов. Поисковые системы Рунета: Яндекс, Mail.ru, Рамблер, Нигма. Особенности поиска в Яндекс: локальная информация, использование морфологии русского языка при поиске, «параллельный поиск».

Интернет-каталоги (web directory). Особенности структуры директорий каталога. Глобальные каталоги: Open Directory Project (DMOZ), каталог Yahoo! (<http://dir.yahoo.com/>), AboutUs.org (<http://www.aboutus.org/>). Русскоязычные каталоги: Каталог@mail.ru (<http://list.mail.ru/index.html#>), Яндекс.Каталог (<http://yaca.yandex.ru/>).

Базы данных и энциклопедии. Мир энциклопедий (www.encyclopedia.ru), Рубрикон (www.rubricon.com), Мегаэнциклопедия «Кирилла и Мефодия» (<http://mega.km.ru>), Википедия (<http://ru.wikipedia.org/wiki/>), Библиотека Мошкова (www.lib.ru), Система Консультант Плюс (<http://www.consultant.ru/>), Гарант (www.garant.ru), Медиалогия ([www/medialogia.ru](http://www.medialogia.ru)), LexisNexis (www.Lexisnexus.com).

Информационные агентства: РИА «Новости» – www.rian.ru, ИТАР-ТАСС – www.tass.ru, Интерфакс – www.interfax.ru, Росбизнесконсалтинг – www.rbc.ru, Newsru.com – www.newsru.com.

Новостийный «интернет-серфинг». Форумы, чаты, блоги и социальные сети как источник информации. Импакт-фактор. Проблема достоверности информации в сети Интернет.

Вопросы для обсуждения:

1. Каков алгоритм поиска в Интернете информации о конкретных людях, компаниях и товарах?
2. Назовите и охарактеризуйте мировые поисковые машины.
3. Назовите и охарактеризуйте поисковые машины Рунета.
4. Назовите особенности, способности, инструменты Google.
5. Назовите особенности, способности, инструменты Яндекс.
6. Как грамотно формулировать вопросы в Google и Яндекс?
7. Что такое интернет-каталог?
8. Как структурирована информация в интернет-каталоге?
9. Назовите глобальные интернет-каталоги.
10. Назовите русскоязычные интернет-каталоги.
11. Назовите крупнейшие базы данных и энциклопедии.
12. Охарактеризуйте базы данных «Медиалогия» и «LexisNexis».
13. Какие информационные агентства вы знаете?
14. Как в поиске информации могут быть использованы форумы, чаты, блоги?
15. Какими базовыми характеристиками (параметрами) должна обладать информация для журналистов?

Практическое задание:

1. Подберите в Интернете библиографию на заданную тему.
2. Найдите в Интернете ресурсы об интернет-поиске.
3. Сравните скорость работы и удобство интерфейса различных поисковых систем.
4. Сравните точность поиска и количество найденных ресурсов различными поисковиками.
5. Сравните информацию на одну и ту же тему, полученную из разных источников: базы данных, информагентства, блога.

Список литературы:

1. Амзин А. Новостная интернет-журналистика / А. Амзин. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 144 с.
2. Браун М. Методика поиска информации в Интернете / М. Браун. — М.: Новый издат. дом, 2005. — 136 с.
3. Калмыков А.А. Интернет-журналистика: учеб. Пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. — М.: ЮНИТИ, 2005. — 383 с.
4. Калмыков А.А. Медиалогия интернета / А.А. Калмыков. – М.: Либроком, 2013. – 272 с.
5. Лукина М. СМИ в пространстве Интернета / М.М. Лукина, И.Д. Фомичева. — М.: Изд. фак. журналистики Моск. гос. ун-та, 2005. — 87 с.
6. Интернет-СМИ. Теория и практика// А. Алексеева [и др.]. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 350 с.
7. Перевалов В.В. Основы интернет-журналистики: учеб. пособие / В.В. Перевалов. - М.: МГУП имени Ивана Федорова, 2012. — 232 с.

Тема 14. Интернет-СМИ

Информационное общество. СМИ и СМК. Свойства СМК: СМК является зеркалом реальности и одновременно особой формой реальности; СМК ориентирована не на отражение (освещение) событий, а на производство собственных событий; СМК осуществляет глобальную структуризацию реальности в слове; СМК интегрирует культурные среды посредством отражения в каждой отдельной культуре любой другой и всех вместе; достоверность сообщения устанавливается через референцию структуры информации; СМК подвержена процессу спонтанного повышения уровня своей организованности и сложности, при этом условием выживания каждой подсистемы СМК является ее структурное подобие целой системе и соответствие ей по степени сложности; каждая отдельная коммуникация в СМК является одновременно и средством коммуникации, и самим сообщением; СМК ориентирована на установление субъект-субъектных отношений между участниками коммуникации; содержание сообщений имеет тенденцию ухода от запелляционных суждений и оценок и характеризуется всеобщим плюрализмом; СМК реализуется через систему диалоговых интерактивных коммуникаций, которые осуществляются при помощи текста, имеющего форму гипертекста (гипертекст же выступает в роли онтологической модели мира); СМК порождает множественность виртуальных реальностей (полионтологичность); СМК трансформирует реальность, причем в этом процессе участвует в качестве коммуникатора виртуал, который обеспечивает рождение новых связей.

Отличительные признаки интернет-журналистики: открытость, децентрализация, доступность и географическая независимость,

мультимедийность (видео, фото), интерактивность, гипертекстуальность, оперативность, нефиксированность объема, измеримость, дешевизна.

Первая российская онлайн газета: история появления, особенности. «Вечерний Интернет» и «Паравозов-news».

Типология интернет-СМИ: информационные агентства, онлайн периодика, версии оффлайновых СМИ, интернет-дайджесты, информационно-развлекательные (информационные) порталы (мультимедийные СМК), интернет-телевидение, онлайн-радио. Блог. Становление блогосферы, развитие гражданской журналистики, популярные блогеры. Социальные сети как пример СМК: виды, принцип работы.

Критерии для классификации СМИ: оригинальность контента, тип учредителя, доступность информации, географический охват и т.д. Типы изданий по характеру аудитории. Градационная характеристика сетевого СМИ по наличию интерактивных сервисов: ресурсы, лишенные интерактивности; ресурсы, умеренно использующие интерактивность; ресурсы, активно использующие интерактивность.

Основные тенденции современной системы СМИ: дигитализация, конвергенция, диверсификация.

Явление UGC (user generation content) и его влияние на развитие сетевой журналистики.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое информационное общество?
2. В чем состоят сходства и различия СМИ и СМК?
3. Охарактеризуйте свойства СМК.
4. Опишите отличительные признаки интернет-журналистики.
5. Что вы знаете о первой российской онлайн газете?
6. Охарактеризуйте типы СМИ, представленные в интернете.
7. По каким критериям можно классифицировать интернет-СМИ?
8. Охарактеризуйте типы сетевых СМИ по характеру аудитории.
9. Что такое блог, блогосфера?
10. Какова роль популярных блогеров в развитии гражданской журналистики?
11. Можно ли отнести к СМК социальную сеть?
12. Каковы принципы работы социальных сетей?
13. Охарактеризуйте основные тенденции современной системы СМИ.
14. Каким образом UGC влияет на развитие сетевой журналистики?

Практическое задание:

1. Рассмотрите (с точки зрения разных критериев классификации), проанализируйте и подготовьте сообщение об одном из интернет-СМИ
2. Найдите и сравните 3 интернет-СМИ, различных по использованию интерактивных ресурсов.

3. Проанализируйте одну из социальных сетей с точки зрения ее принадлежности к СМК.

Список литературы:

1. Амзин А. Новостная интернет-журналистика / А. Амзин. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 144 с.
2. Браун М. Методика поиска информации в Интернете / М. Браун. — М.: Новый издат. дом, 2005. — 136 с.
3. Калмыков А.А. Интернет-журналистика: учеб. Пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. — М.: ЮНИТИ, 2005. — 383 с.
4. Калмыков А.А. Медиалогия интернета / А.А. Калмыков. – М.: Либроком, 2013. – 272 с.
5. Лукина М. СМИ в пространстве Интернета / М.М. Лукина, И.Д. Фомичева. — М.: Изд. фак. журналистики Моск. гос. ун-та, 2005. — 87 с.
6. Интернет-СМИ. Теория и практика// А. Алексеева [и др.]. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 350 с.
7. Перевалов В.В. Основы интернет-журналистики: учеб. пособие / В.В. Перевалов. - М.: МГУП имени Ивана Федорова, 2012. — 232 с.

Тема 15. Жанры электронных СМИ

Характерные особенности журналистики 3.0. SMS-сообщения, MMS-сообщения и мобильный e-mail. Жанровое своеобразие журналистики 3.0: *подоплека* – анонсы (сжатые и развернутые); *информационные жанры* – информация (лента новостей), развернутая информация (главные новости), репортаж (с места события), статья (описание цели и результатов события), в которых журналист описывает событие, которое реально произошло; *аналитические жанры* – дайджест тематический, дайджест номинативный (по определенным СМИ), прогноз тематический, комментарий по прозвучавшему в СМИ анонсу, обзор отрасли (тематический), аналитическая статья (анализ соответствия цели и результатов деятельности в определенной теме), в которых описывается, почему событие произошло не совсем так, как было запланировано журналистами; *информационно-развлекательные жанры* – информация (интерактивная лента новостей), блоговая аннотация, блоговая рецензия, блоговый обзор, блоговый комментарий, блоговая статья, чат, конференция (без участия аудитории), интерактивная конференция, форум.

Специфика интернет-текста: ключевые слова, заголовок, объем текста. Конвергентный текст: понятие, методы создания.

Вопросы для обсуждения:

1. Чем отличается информация, передаваемая по SMS- и MMS-каналам?

2. Что такое «массово-информационный комплекс», применительно к интернет-журналистике?

3. Можно ли с помощью интернет-журналистики создать гражданский контроль за действиями органов государственной власти и иных субъектов социальной жизни?

4. Каковы три основных типа информации, пересылаемой по каналам интернет-журналистики?

5. Перечислите основные жанры информации в интернет-журналистике?

6. Охарактеризуйте основные аналитические жанры интернет-журналистики.

7. Перечислите основные информационно-развлекательные жанры интернет-журналистики.

8. В чем заключаются особенности создания текста для интернет-СМИ.

9. В чем, на Ваш взгляд, заключаются ключевые положения создания конвергентного текста?

Практическое задание:

1. Покажите, как бы Вы сделали конвергентный текст по той или иной теме.

2. Напишите на одну и ту же тему тексты, выбрав один из информационных, аналитических, информационно-развлекательных жанров.

3. Напишите на одну и ту же тему два текста: для печатного СМИ и для интернет-СМИ.

Список литературы:

1. Амзин А. Новостная интернет-журналистика / А. Амзин. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 144 с.
2. Браун М. Методика поиска информации в Интернете / М. Браун. — М.: Новый издат. дом, 2005. — 136 с.
3. Калмыков А.А. Интернет-журналистика: учеб. Пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. — М.: ЮНИТИ, 2005. — 383 с.
4. Калмыков А.А. Медиалогия интернета / А.А. Калмыков. – М.: Либроком, 2013. – 272 с.
5. Лукина М. СМИ в пространстве Интернета / М.М. Лукина, И.Д. Фомичева. — М.: Изд. фак. журналистики Моск. гос. ун-та, 2005. — 87 с.
6. Интернет-СМИ. Теория и практика// А. Алексеева [и др.]. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 350 с.
7. Перевалов В.В. Основы интернет-журналистики: учеб. пособие / В.В. Перевалов. - М.: МГУП имени Ивана Федорова, 2012. — 232 с.

Литература

1. Амзин А. Новостная интернет-журналистика / А. Амзин. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 144 с.
2. Браун М. Методика поиска информации в Интернете / М. Браун. — М.: Новый издат. дом, 2005. — 136 с.
3. Воскобойников В. С. Журналист и информация / В. С. Воскобойников, В. К. Юрьев. – М.: РИА «Новости», 1993. – 204 с.
4. Ворошилов В. В. Журналистка / В. В. Ворошилов. – СПб.: Изд-во В. А. Михайлова, 2000. – 336 с.
5. Гехтляр С. Я. Жанры в СМИ: учеб. пособие / С. Я. Гехтляр, Е. А. Чернявская. - Брянск: ГК «Десяточка», 2012. - 296 с.
6. Горохов В. Н. Газетно-журнальные жанры / В. Н. Горохов. – М.: Наука, 1993. – 162 с.
7. Григорян М. Пособие по журналистике / М. Григорян. – М.: Права человека, 2007. – 192 с.
8. Дымова И. А. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие / И. А. Дымова, П. Г. Рыков, Г. И. Щербакова. - Оренбург : ООО ИПК «Университет», 2013. - 164 с.
9. Жуков А. С. Основы теории журналистики: учеб.-метод. пособие / А. С. Жуков. - Пенза: ПГПУ им. В.Г. Белинского, 2012. - 55 с.
10. Журбина Е. И. Теория и практика художественно-публицистических жанров. Очерк. Фельетон / Е. И. Журбина. – М.: Мысль, 1969. – 399 с.
11. Интернет-СМИ. Теория и практика// А. Алексеева [и др.]. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 350 с.
12. Калмыков А.А. Интернет-журналистика: учеб. пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. — М.: ЮНИТИ, 2005. — 383 с.
13. Калмыков А.А. Медиалогия интернета / А.А. Калмыков. – М.: Либроком, 2013. – 272 с.
14. Ким М. Н. Основы теории журналистики: учеб. пособие / М. Н. Ким. – М.: Питер , 2013. - 286 с.
15. Ким М. Н. Репортаж: технология жанра / М. Н. Ким. – СПб.: Изд-во В. А. Михайлова, 2005. – 224 с.
16. Кодола Н. В. Интервью: методика обучения: практические советы: учеб. пособие / Н. В. Кодола. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 173 с.
17. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста: учеб. пособие / А. В. Колесниченко. – М.: Аспект Пресс , 2013. – 399 с.
18. Корконосенко С. Г. Введение в журналистику: учеб. пособие / С. Г. Корконосенко . – М.: КноРус , 2011. - 270 с.
19. Криницын Е. Акулы интервью: 11 мастер-классов/ Е. Криницын. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 182 с.

20. Лазутина Г. В. Жанры журналистского творчества: учеб. пособие / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 319 с.
21. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста / Г. В. Лазутина. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 223 с.
22. Лукина М. СМИ в пространстве Интернета / М.М. Лукина, И.Д. Фомичева. — М.: Изд-во фак. журналистики Моск. гос. ун-та, 2005. — 87 с.
23. Лукина М. Технология интервью: учеб. пособие / М. Лукина. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 191 с.
24. Майданова Л. М. Стилистические особенности газетных жанров / Л. М. Майданова. – Свердловск: УрГУ, 1987. – 65 с.
25. Мельник Г. С. Основы творческой деятельности журналиста / Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. – СПб.: Питер, 2008. – 271 с.
26. Новожилова Т. Ф. Интервью как форма общения / Т. Ф. Новожилова. – М.: ИПК, 1996. – 41 с.
27. Основы журналистской деятельности / С. Г. Корконосенко [и др.]. – М.: Юрайт, 2013. – 332 с.
28. Пельт В. Д. Дифференциация жанров газетной публицистики / В. Д. Пельт. – М.: Изд-во МГУ, 1984. – 48 с.
29. Перевалов В.В. Основы интернет-журналистики: учеб. пособие / В.В. Перевалов. - М.: МГУП имени Ивана Федорова, 2012. — 232 с.
30. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики / Е. П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 349 с.
31. Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста / О. Р. Самарцев. – М.: Академический Проект, 2009. – 528 с.
32. Теплюк В. М. Этика журналистского творчества / В. М. Теплюк. – М.: Мысль, 1980. – 172 с.
33. Тертычный А. А. Аналитическая журналистика: учеб. пособие / А. А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 351 с.
34. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие / А. А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 348 с.
35. Типология периодической печати / М. Е. Аникина [и др.]. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 236 с.
36. Типология периодической печати/ под ред. Я.Н. Засурского.- М., 1995. – 144 с.
37. Черникова Е. В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие / Е. В. Черникова. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с.
38. Шостак М. И. Журналист и его произведение / М. И. Шостак. – М.: ТОО «Гендальф», 1998. – 96 с.

Оглавление

Тема 1. Личность журналиста в современном мире	2
Тема 2. Методы сбора информации в журналистике.....	3
Тема 3. Структура творческой деятельности.....	5
Тема 4. Работа редакции.....	6
Тема 5. Типология печатных СМИ	7
Тема 6. Структура журналистского текста и принцип перевернутой пирамиды.....	8
Тема 7. Хэдлайн.....	9
Тема 8. Лид.....	10
Тема 9. Приемы и способы ссылок на источники информации.....	10
Тема 10. Понятие жанра в журналистике. Информационные жанры...	11
Тема 11. Аналитические газетно-журнальные жанры.....	13
Тема 12. Художественно-публицистические жанры.....	15
Тема 13. Поиск информации в сети Интернет.....	16
Тема 14. Интернет-СМИ.....	18
Тема 15. Жанры электронных СМИ.....	20
Литература.....	22

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

*Методические указания
для студентов 1-3 курсов,
обучающихся по направлению 031600
«Реклама и связи с общественностью»*

Составители: Ольга Николаевна Аксенова,
Светлана Вячеславовна Меликян,
Елена Владимировна Швец

Подписано в печать 15.04.2014. Формат 60×84 1/16. Уч.-изд. л. 1,0.
Усл.-печ. л. 2,1. Бумага писчая. Тираж 80 экз. Заказ № 166.

Отпечатано: отдел оперативной полиграфии
издательства учебной литературы и учебно-методических пособий
Воронежского ГАСУ
394006 Воронеж, ул. 20-летия Октября, 84