

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

Декан исторического факультета



Р.М. Фролов

17 мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины
«Теория и практика отечественных массмедиа»

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
«Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения
очная

Программа рассмотрена
на заседании кафедры
от «21» апреля 2022 года, протокол № 5

Программа одобрена НМК
исторического факультета
протокол № 2 от «22» апреля 2022 года

Ярославль

1. Цели освоения дисциплины

Целью курса «Теория и практика отечественных массмедиа» является знакомство студентов с историей становления периодической печати в России с XVIII века до наших дней. В ходе изучения данной дисциплины рассматриваются изменения в развитии печатного дела в России, приводятся примеры первых отечественных газет и журналов. В ходе лекций и семинарских занятий студенты знакомятся с различными точками зрения на важные проблемы развития периодической печати в России изучаемого периода, широко освещающиеся в историографии. Задачами курса является комплексное раскрытие процессов развития периодической печати в России, показать направления, которые существуют в публицистике.

Курс «Теория и практика отечественных массмедиа» должен помочь студентам понять, какую колоссальную роль играют массмедиа в современном мире, каким образом СМИ формируют, отражают общественное мнение.

Дисциплина «Теория и практика отечественных массмедиа» обеспечивает приобретение знаний и умений в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом, содействует формированию глубоких знаний в указанной сфере.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Теория и практика отечественных массмедиа» относится к группе дисциплин «Теория и практика отечественных массмедиа» модуля общепрофессиональной подготовки обязательной части Блока 1. Данная дисциплина базируется на школьном уровне знаний студентов и преподается на 3 курсе. Знания и навыки, полученные при изучении данного курса, используются студентами при изучении общих профессиональных и специальных дисциплин, а также направлены на формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ООП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Формируемая компетенция (код и формулировка)	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка)	Перечень планируемых результатов обучения
Общепрофессиональные компетенции		
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в	ИД_ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.	Знать: - основные этапы развития печати в России; - историю возникновения СМИ в России

процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов		<ul style="list-style-type: none"> - значение СМИ в современной жизни <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - характеризовать политические и социально-экономические процессы, происходившие на различных этапах становления СМИ; - профессионально ориентироваться в современных средствах массовой информации; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками самостоятельного анализа СМИ и обобщения проблем влияния массмедиа на современное общество; - навыками применения на практике полученных теоретических знаний.
---	--	---

4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов, и их трудоемкость (в академических часах)						Формы текущего кон- троля успеваемости Форма промежуточ- ной аттестации (по семестрам) Формы ЭО и ДОТ (при наличии)
			Контактная работа					самостоятельная работа	
			лекции	практические	лабораторные	консультации	ные испыта- ние		
1	Периодическая печать в России XVIII- начала XX вв.	6	1	1				2	Задание для самостоя- тельной работы
2	Отечественная журнали- стика в период между двух революций (февраль – октябрь 1917 г.)	6	1	1		1		1	Задание для самостоя- тельной работы
3	Отечественная журнали- стика в годы граждан- ской войны и "военного коммунизма" (ноябрь 1917 – 1921 гг.)	6	1					1	Задание для самостоя- тельной работы

4	Советская журналистика в эпоху "новой экономической политики" (1921–1927 гг.)	6		1			1	
5	Журналистика первой волны русской эмиграции (1920–1930-е гг.)	6	1	1			1	
6	Советская журналистика в годы индустриализации (конец 1920-х – 1930-е гг.)	6		1			1	
7	Отечественная журналистика в годы Второй мировой войны (1939–1945 гг.)	6	1				1	
8	Советская журналистика в первое послевоенное десятилетие (середина 1940-х – середина 1950-х гг.)	6	1	1	1		2	Задание для самостоятельной работы
9	Советская журналистика в годы хрущевской "оттепели" середина 1950-х – середина 1960-х гг.)	6	1				1	
10	Советская журналистика в период "развитого социализма" (середина 1960-х – середина 1980-х гг.)	6		1			1	
11	Отечественная журналистика второй и третьей волны русской эмиграции.	6	1	1	1		2	Задание для самостоятельной работы
12	Отечественная журналистика и публицистика в "самиздате".	6		1		1	1	
13	Отечественная журналистика в эпоху "перестройки" (вторая половина 1980-х – начало 1990-х гг.).	6	1				2	Контрольная работа №1
14	Журналистика Российской Федерации в 1990-е гг.	6	1	1			2	Контрольная работа №2

15	Отечественная журналистика в 2000-ые годы.	6	1					2	Задание для самостоятельной работы
16	Перестройка и СМИ Ярославской области.			1				2	Задание для самостоятельной работы
17	Отечественная журналистика на современном этапе (2000-е – 2010-е гг.).	6	1					1	Задание для самостоятельной работы
18	Средства массовой информации как инструмент и орудие политической борьбы в современной России.	6		1		1		1	Задание для самостоятельной работы
19	Роль средств массовой информации в формировании политического сознания.	6	1	1				1	Задание для самостоятельной работы
20	Роль современных средств массовой информации в PR-процессе.	6	1	1				1	Задание для самостоятельной работы
21	Региональные СМИ и общественно-политическая жизнь города и региона.	6	1			1		1	Задание для самостоятельной работы
22	Приоритетные жанры региональной периодической печати: тенденции и перспективы.	6		1				2	Задание для самостоятельной работы
23	Жанровые особенности региональных средств массовой информации.	6	1	1				1	Задание для самостоятельной работы
24	Современный дизайн СМИ: требования, нормы, тенденции.	6		1				1	Задание для самостоятельной работы
25	Правовое регулирование деятельности редакций СМИ и журналистов.	6	1			1		1	Задание для самостоятельной работы
						2	0,5	33,5	Экзамен
	ИТОГО		17	17		7	0,5	66,5	108

Содержание разделов дисциплины

1. Периодическая печать в России XVIII- начала XX вв.

1.1. Возникновение периодической печати в России. Петровские «Ведомости».

1.2. Появление журналов. Первый провинциальный журнал «Уединенный пошехонец» и первая провинциальная газета «Казанские известия».

1.3. Губернские и епархиальные ведомости.

1.4. Консервативная, либеральная и демократическая пресса.

2. Отечественная журналистика в период между двух революций (февраль – октябрь 1917 г.).

2.1. События Февральской революции 1917 г. в российской печати: отношение к ним в изданиях различных направлений. Печатные органы временного правительства – "Вестник Временного правительства" (бывш. "Правительственный вестник") и "Народная газета" (бывш. "Сельский вестник"), возобновление выхода запрещенных прежде изданий.

2.2. Расцвет партийной печати: издания консервативно-монархические ("Новое время"; "Русская воля"), кадетские ("Речь", "Биржевые ведомости"), эсеровские ("Дело народа", правозэсеровская "Воля народа", левозэсеровская "Знамя труда"), анархистские ("Анархия", "Буревестник", "Труд и воля", "Вольная жизнь"), меньшевистские ("Рабочая газета", "Освобождение труда", "Единство") и большевистские ("Правда", "Социал-демократ", "Солдатская правда").

3. Отечественная журналистика в годы гражданской войны и "военного коммунизма" (ноябрь 1917 – 1921 гг.).

3.1. Попытка захвата редакции большевистской газеты "Рабочий путь" и начало Октябрьского переворота. Передача обращения Военно-революционного комитета при Петроградском Совете "К гражданам России" по радиотелеграфу; роль радиотелеграфа в послереволюционной России (декреты, официальные сообщения и т.п.).

3.2. Неприятие Октябрьского переворота большинством политических партий и небольшевистских изданий.

3.3. Ликвидация большевиками буржуазных СМИ и борьба с оппозиционной печатью.

3.4. Ленинская концепция советских СМИ.

4. Советская журналистика в эпоху "новой экономической политики" (1921–1927 гг.).

4.1. Кризис советской печати в первые годы НЭПа, его причины и пути преодоления.

4.2. Государственная поддержка советских и большевистских изданий (госфинансирование, директивная подписка и др.).

4.3. Возрождение негосударственных внеполитических газет и журналов.

4.4. Создание единой государственной сети печатных изданий на территории РСФСР. Возникновение газет "Вечерняя Москва", "Красная звезда", "Комсомольская правда", "Труд"

5. Журналистика первой волны русской эмиграции (1920–1930-е гг.).

5.1. Причины первой волны русской эмиграции. Основные центры русского рассеяния.

5.2. Типология изданий русского зарубежья (обзор).

5.3. Основные направления в журналистике русского зарубежья: консервативное; либерально-демократическое; просоветское.

6. Советская журналистика в годы индустриализации (конец 1920-х – 1930-е гг.).

6.1. Индустриализация и повышение роли агитационно-пропагандистского характера советских СМИ.

6.2. Развитие советской периодики и его предпосылки (появление новых типов изданий; печать центральных изданий в регионах с готовых матриц).

6.3. Появление новых литературных и литературно-критических журналов ("ЛОКАФ", "Печать и революция"; региональные издания); периодические издания, созданные по инициативе М. Горького, и их назначение.

7. Отечественная журналистика в годы Второй мировой войны (1939–1945 гг.).

7.1. Подготовка к грядущей войне в советской периодике конца 1930-х гг. Освещение военных событий на озере Хасан, Халкин-Голе, советско-финской войны.

7.2. Журналистика периода Великой Отечественной войны. Деятельность Совинформбюро. Прекращение в советских изданиях критики милитаристской политики Германии после заключения 23 августа 1939 г. договора между СССР и Германией о ненападении; осуждение "империалистической политики" Франции и Англии.

7.3. Деятельность Совинформбюро. Сокращение числа и объема периодических изданий в годы войны; создание сети фронтовых, корпусных, дивизионных и других газет. Центральные издания военной печати ("Красная звезда", "Красный флот", "Сталинский сокол").

Газеты «Красная звезда», «Красный флот», «Сталинский сокол»; журналы «Агитатор и пропагандист Красной армии», «Красноармеец», «Фронтальная иллюстрация». Специализированная газетно-журнальная периодика. Подпольная и партизанская печать. Радиовещание времен войны: письма-обращения, радио-митинги.

8. Советская журналистика в первое послевоенное десятилетие (середина 1940-х – середина 1950-х гг.).

8.1. Послевоенная перестройка системы СМИ в СССР. Усиление партийного руководства печатью и радио (постановления партии об улучшении распространения печати на селе, о повышении уровня работы с читателями, о повышении роли радио в политическом воспитании, подъеме культурного уровня народа, о задачах городских, районных, многотиражных газет и др.).

8.2. Реорганизация прессы в связи с окончанием войны. Решение ЦК ВКП(б) "Об улучшении качества и увеличении объема республиканских, краевых и областных газет" (20.06.1945). Расширение объема и тиражей изданий; укрепление редакций газет.

8.3. Развитие сети отраслевых газет, появление новых изданий ("Промышленность строительных материалов", "Водный транспорт").

8.4. Расширение границ СССР и возникновение новых региональных изданий ("Львовская правда", "Калининградская правда", "Минская правда").

9. Советская журналистика в годы хрущевской "оттепели" середина 1950-х – середина 1960-х гг.).

9.1. Смерть И. Сталина и ее освещение в советской периодике.

9.2. Историческое значение XX съезда партии и его результаты для отечественной журналистики. Редакционная статья "Правды" "Почему культ личности чужд духу марксизма-ленинизма?" (26 марта 1956 г.).

9.3. Либерализация советского режима, публикация остропроблемных публицистических статей и произведений литературы, в том числе "возвращенной литературы". Стихотворения Е. Евтушенко "Бабий Яр" (ЛГ 06.09.1961), "Наследники Сталина" ("Правда" 21.10.1962), рас-

сказ А. Солженицына "Один день Ивана Денисовича" ("Новый мир", 1962, № 10). Воссоздание Союза журналистов (1957), проведение I-го Всесоюзного съезда журналистов (1959).

10. Советская журналистика в период "развитого социализма" (середина 1960-х – середина 1980-х гг.).

10.1. Расширение системы СМИ 1950-начала 60-х гг. Увеличение тиражей центральных газет. Появление новых газет: «Советская Россия», «Советская торговля», «Советская авиация», «Литература и жизнь», «Сельская жизнь», «За рубежом», «Московские новости». Новые журналы: «Партийная жизнь», «Советская печать», «Вопросы истории КПСС», «Вопросы литературы» и др.

10.2. Изменения в профессиональной подготовке журналистов: организация факультета журналистики в МГУ (1952 г.). Создание Союза журналистов СССР (1958 г.).

10.3. Создание Агентства печати «Новости» (АПН) в 1961 г. Развитие радиовещания и формирование системы ТВ вещания.

10.4. Главные темы СМИ: коммунистическое строительство, коммунистическое воспитание, героический труд советских людей, их нравственные идеалы. Влияние идей и общественных настроений "оттепели" на содержание материалов периодической печати.

10.5. Смена руководства КПСС и СССР в октябре 1964 г. и постепенное сворачивание завоеваний "оттепели".

10.6. Преодоление последствий хрущевского волюнтаризма и хозяйственная реформа конца 1960-х гг., освещение в советской периодике "новых методов хозяйствования".

10.7. Внешняя политика СССР в советских СМИ; разгром "пражской весны".

10.8. Новые формы работы в периодике: праздничные целевые номера, посвященные годовщинам революции и образования СССР; внештатные отделы; общественные приемные

10.09. Журналистика периода стагнации советской экономики. Советская цензура и СМИ. Количественный рост печатных изданий, расширение деятельности радио и телевидения. Съезды советских журналистов; минимальное внимание вопросам реальной жизни страны, поверхностный взгляд на происходящее в СССР, усиление догматизации, создание "глянцевого" образа СССР. Основные темы советской публицистики периода.

11. Отечественная журналистика второй и третьей волны русской эмиграции.

11.1. Причины эмиграции "второй волны": "дипийцы" и перебежчики, роль начала "холодной войны" в поддержке советской эмиграции западными правительствами.

11.2. Газеты "Русская мысль", "Русские новости"; создание журналов "Грани", "Посев", "Новый журнал", "Вестник русского христианского движения", "Возрождение" и др.

11.3. Отечественная журналистика второй и третьей волны русской эмиграции

Причины эмиграции «второй волны»: «дипийцы» и перебежчики, роль начала «холодной войны» в поддержке советской эмиграции западными правительствами. Газеты «Русская мысль», «Русские новости»; создание журналов «Грани», «Посев», «Новый журнал», «Вестник русского христианского движения», «Возрождение» и др.

12. Отечественная журналистика и публицистика в "самиздате".

12.1. Демонстрация 5 декабря 1965 г. в защиту А. Синявского и Ю. Даниэля (день рождения правозащитного движения в СССР).

12.2. Создание инициативной группы защиты прав человека (1969–1980); общественное движение "Московская Хельсинкская группа" (1976–1982).

12.3. Репрессивные действия властей против инакомыслящих (карательная психиатрия; политические процессы, провокации, высылка из страны).

12.4. Возникновение культуры "андеграунда" ("нонконформизма").

12.5. Понятие "самиздата"; основные направления развития самиздатовской периодики

13. Отечественная журналистика в эпоху "перестройки" (вторая половина 1980-х – начало 1990-х гг.).

13.1. Внеочередной (мартовский) пленум ЦК КПСС 1985 г. и начало перестроечных процессов.

13.2. Отечественная журналистика в эпоху «перестройки» (вторая половина 1980-х – начало 1990-х гг.)

13.3. Внеочередной (мартовский) пленум ЦК КПСС 1985 г. и начало перестроечных процессов. Резолюция XIX Партконференции «О гласности». Понятия «новое мышление», «ускорение», «гласность» в советской публицистике. Массовые периодические издания и причина их популярности («Аргументы и факты», «Комсомольская правда», «Труд»). Закон СССР «О печати и других средствах массовой информации» и Закон СССР «Об общественных организациях», их значение для развития независимых СМИ. Возникновение новых типов периодических изданий.

13.4. Резолюция XIX Партконференции "О гласности". Понятия "новое мышление", "ускорение", "гласность" в советской публицистике.

13.5. Массовые периодические издания и причина их популярности ("Аргументы и факты", "Комсомольская правда", "Труд").

13.6. Закон СССР "О печати и других средствах массовой информации" и Закон СССР "Об общественных организациях", их значение для развития независимых СМИ.

13.7. Возникновение новых типов периодических изданий

13.8. Тема 10. Российская журналистика периода перестройки и формирования современной России (середина 1980х-1990е гг.)

13.9. СМИ как инструмент гласности. Основные направления деятельности журналистов: Становление независимой. Формирование персонифицированной журналистики в печатных изданиях, на радио и телевидении («Прожектор перестройки» А.Тихомирова; «Проблемы, поиски, решения» А.Вознесенского; «Взгляд» В.Листьева, А.Любимова, Д.Захарова; «До и после полуночи» В.Молчанова; «600 секунд» А.Невзорова).

13.10. Закон «О печати и других средствах массовой информации» (1990). Отмена цензуры; введение системы регистрации изданий; запрет пропаганды войны, насилия, расовой, национальной, религиозной исключительности, нетерпимости.

13.11. Политическое размежевание российских СМИ до августа 1991 г. (коммунистические издания «Правда», «Гласность», «Советская Россия»; критика КПСС – «Аргументы и факты», «Московские новости», «Известия», «Огонек»; патриотические издания – «День», «Русский вестник», «Литературная Россия») и после августа 1991 г. (правительственные СМИ – «Российские вести»; органы Верховного Совета – «Российская газета»; демократическая пресса- «Известия», «Московские новости», «Комсомольская правда»). Формирование новой системы телекоммуникации: государственное, государственно- кооперативное, коммерческое ТВ, телевидение, принадлежащее зарубежным компаниям, арендное ТВ. Становление информационно-коммерческой прессы. Качественные издания: «Бизнес и банки», «Деловой мир», «Коммерсант-Дейли». Деловые издания коммерческих организаций: «Бизнес. Банки. Биржа», «Российские экономические ведомости», «Финансовая газета». Популярные инфор-

мационно-коммерческие еженедельники: «Бизнес для всех», «Деловая женщина», «Менеджер», «Хозяин». Развлекательно-информационные издания: «Аномалия», «НЛО», «Клюк-ва», «Скандалы».

14. Журналистика Российской Федерации в 1990-е гг.

14.1. Закон "О средствах массовой информации" (1991); закон "О государственной поддержке СМИ и книгоиздания РФ" (1995) и их значение для развития отечественных СМИ.

14.2. Разрушение единого информационного пространства СССР в связи с возникновением независимых государств; утрата рядом изданий статуса центральных и обретение ими статуса всероссийских.

14.3. Кризис печатных изданий в связи с экономическим кризисом начала 1990-х гг. (падение тиражей, закрытие многих изданий, уменьшение господдержки).

14.4. Преодоление кризиса, переход СМИ на коммерческие рельсы, возникновение новых газет различного типа

15. Отечественная журналистика в 2000-ые годы.

15.1. Падение авторитета и популярности печатных СМИ при возрастании роли телевидения и Интернета.

15.2. Закрытие или изменение профиля многими изданиями.

15.3. Интернет-издания. Блоги. Социальные сети и СМИ.

15.4. Централизация власти РФ и борьба государства с "олигархическими" СМИ; "огосударствление" СМИ, ограничение "свободы слова" и полемика о необходимости цензуры в СМИ.

15.5. Закон «О средствах массовой информации» (1991); закон «О государственной поддержке СМИ и книгоиздания РФ» (1995) и их значение для развития отечественных СМИ. Разрушение единого информационного пространства СССР в связи с возникновением независимых государств; утрата рядом изданий статуса центральных и обретение ими статуса всероссийских. Кризис печатных изданий в связи с экономическим кризисом начала 1990-х гг. (падение тиражей, закрытие многих изданий, уменьшение господдержки). Преодоление кризиса, переход СМИ на коммерческие рельсы, возникновение новых газет различного типа

16. Перестройка и СМИ Ярославской области.

Эволюция типологии СМИ. Зарождение «перестроечных» изданий (газета «Золотое кольцо»), появление сетевых изданий (газета «Караван Рос»), возвращение к дореволюционным названиям официальных-государственных или партийных СМИ («Северный край» – «Северный рабочий»). Формирование нового типа газеты. Воспитание нового читателя. Подготовка кадров для региональных СМИ.

17. Отечественная журналистика на современном этапе (2000-е – 2010-е гг.).

Типология и система современных российских СМИ. Информационные агентства. Основная проблематика публицистических выступлений в современных СМИ. Падение авторитета и популярности печатных СМИ в современных условиях при возрастании роли телевидения и Интернета. Закрытие или изменение профиля многими изданиями. Современное телевидение: структура, информационная политика, основные информационные программы. Радио. Интернет-издания. Блоги. Социальные сети и СМИ. Централизация власти РФ и борьба государства с «олигархическими» СМИ; «огосударствление» СМИ, полемика об ограничениях «свободы слова» и необходимости цензуры в СМИ.

18. Средства массовой информации как инструмент и орудие политической борьбы в современной России.

СМИ и выборы в современной России. Понятие партийной прессы на современном этапе. Издания «Единой России», газеты ЛДПР, Коммунистической партии России и других политических партий. Роль законодательства в освещении партийной жизни. Равный доступ к государственным СМИ всех партий. СМИ как важнейший институт современного общества и связь СМИ с общественно-политическими движениями в России. Пресса, радио и телевидение как арена предвыборных баталий различных партий.

19. Роль средств массовой информации в формировании политического сознания.

Периодическая печать как важнейшее средство формирования общественного мнения. Радио и телевидение как основные каналы массовой коммуникации. Политическое сознание и его место в жизни общества. Политическая коммуникация как информационное воздействие. Мифотворчество как метод формирования массового сознания. Развенчание идеалов. Создание героя нашего времени. Объективность и многосубъективность современных российских СМИ. Технологии политического управления. Информационная власть как элемент политической системы.

20. Роль современных средств массовой информации в PR-процессе.

Массовые коммуникации и средства массовой информации. Наиболее известные информационные агентства. Особенности массовой коммуникации в прессе, радио, телевидении. Общие правила отношений PR-деятельности с СМИ. Работа с прессой, радио и телевидением. Роль пресс-службы в выстраивании отношений со СМИ. Национальные проекты, темы и роль PR в их реализации. Организация рекламных кампаний в СМИ. Раскрутка бренда в СМИ. Ребрендинг и СМИ. PR-моделирование.

21. Региональные СМИ и общественно-политическая жизнь города и региона.

Опыт работы региональных СМИ, проблемы, перспективы. СМИ и формирование общественного мнения. Отражение общественного мнения в СМИ. Местные СМИ и власть. СМИ и выборы. Рекламный рынок и местные СМИ. Правовое положение редакций, особенности содержания и размещения материалов в местных СМИ. Роль обратной связи в местных СМИ на примере газеты «Городские новости» в Ярославле, рубрика «Обратная связь» и Городского телеканала, рубрика «Открытый микрофон».

22. Приоритетные жанры региональной периодической печати: тенденции и перспективы.

Выявление общественно-политических условий развития региональной прессы. Сравнительный анализ региональных средств массовой информации на примере нескольких изданий, новые форматы и тенденции их развития. Основные жанры периодической печати Ярославской области за последние 20 лет. Печатные СМИ, телевидение, радио и Интернет-издания. СМИ, получающие субсидии, и коммерческие СМИ.

23. Жанровые особенности региональных средств массовой информации.

Развитие региональной прессы как одна из самых обсуждаемых тем в медиа-сообществе России. Результаты исследования «Проблемы развития региональных рынков печатных СМИ»

(2009) секретаря Союза журналистов России, главного редактора журнала «Журналистика и медиа рынок» Владимира Касютина. Трудности в развитии региональных СМИ. Степень зависимости регионов от государственных структур. Тема отсталости региональных СМИ как предмет полемики между теоретиками и практиками журналистики. Общественно-политическая газета «Городские новости» как типичное региональное издание. История газеты, анализ содержания, рубрик. Внешнее оформление, полиграфические особенности. Финансовая и политическая зависимость издания от учредителя как пример взаимоотношений власти, СМИ и общества. Приоритетные темы: местное самоуправление, благоустройство, ЖКХ, здравоохранение, краеведение, культура, спорт. Роль отдела рекламы в газете.

24. Современный дизайн СМИ: требования, нормы, тенденции.

Графический дизайн СМИ: компьютерные технологии, инфографика. Базовые средства выразительности. Композиция в полосе и развороте. Работа над типовыми полосами издания. Технические требования типографий. Разработка печатных рекламных материалов и подготовка к печати. Инфографика. Принципы визуализации данных. Моделирование информационного потока. Определение несоответствий и ошибочных решений. Макетирование и верстка газеты и журнала – сходства и различия. Выбор формата и шрифтового оформления издания. Тренды графического дизайна.

25. Правовое регулирование деятельности редакций СМИ и журналистов.

Законодательство РФ о СМИ и правовой статус СМИ. Правовое регулирование трудовых отношений в редакциях СМИ. Интеллектуальное право. Правовое регулирование финансово-хозяйственной деятельности в зависимости от организационно-правовой формы редакции СМИ. Правовой статус учредителя, редакции СМИ, издателя и иных субъектов выпуска СМИ. Уставные документы редакций СМИ. Полномочия редакций СМИ Контроль и надзор за деятельностью СМИ: правоприменительная практика. Ответственность редакций СМИ. Трудовые права и обязанности работников СМИ. Особенности регулирования оплаты труда творческих работников СМИ. Особенности договорного оформления трудовых отношений. Трудовые и гражданско-правовые отношения внештатных работников редакций СМИ. Защита трудовых и профессиональных прав работников редакций СМИ. Переход СМИ на контрактную систему государственных закупок и торгов: актуальные комментарии к 44-ФЗ и к 223-ФЗ. Авторское право. Заблуждения и типичные ошибки в сфере авторских прав. Риски и ответственность. Бренды. Интеллектуальное право в Интернете. Правовые основы создания и распространения рекламных материалов. Правовое регулирование вопросов защиты чести, достоинства и деловой репутации (диффамации) в СМИ. Информация как предмет судебного преследования. Минимизация рисков привлечения к ответственности за распространение порочащих сведений. Особенности споров и защиты. Персональные данные. Профессиональный статус журналиста и требования к информации.

5. Образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вводная лекция – дает первое целостное представление о дисциплине и ориентирует студента в системе изучения данной дисциплины. Студенты знакомятся с назначением и задачами курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин и в системе подготовки в

целом. Дается краткий обзор курса, история развития науки и практики, достижения в этой сфере, имена известных ученых, излагаются перспективные направления исследований. На этой лекции высказываются методические и организационные особенности работы в рамках данной дисциплины, а также дается анализ рекомендуемой учебно-методической литературы.

Академическая лекция (или лекция общего курса) – последовательное изложение материала, осуществляемое преимущественно в виде монолога преподавателя. Требования к академической лекции: современный научный уровень и насыщенная информативность, убедительная аргументация, доступная и понятная речь, четкая структура и логика, наличие ярких примеров, научных доказательств, обоснований, фактов.

Практическое занятие – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков и закреплению полученных на лекции знаний.

В преподавании курса могут использоваться активные и интерактивные технологии проведения занятий в сочетании с активной внеаудиторной работой: знакомство с современными СМИ, посещение редакций ярославских СМИ. На занятиях допустимо применение ролевых игр, в которых студенты играют роль репортеров, журналистов, редакторов, рекламодателей и читателей.

В процессе обучения используются следующие технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии:

Электронный учебный курс в LMS Электронный университет Moodle ЯрГУ, в котором:

- представлены задания для самостоятельной работы обучающихся по темам дисциплины;
- осуществляется проведение отдельных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов;
- представлены тексты лекций по отдельным темам дисциплины;
- представлен список учебной литературы, рекомендуемой для освоения дисциплины;
- имеется список вопросов для проведения промежуточной аттестации.

6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются: для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине:

- программы Microsoft Office;
- издательская система LaTeX;
- Adobe Acrobat Reader.

7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

- автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT»

http://www.lib.uniylar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php

- научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://elibrary.ru>).

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости), рекомендуемых для освоения дисциплины

а) основная литература:

1. Современные российские СМИ [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / сост. И. В. Ваганова, В. М. Марасанова. Ярославль: ЯрГУ, 2017. 38с. // Электронная библиотека учебных материалов ЯрГУ.

URL: <http://www.lib.uniyar.ac.ru/edocs/iuni/20170107.pdf>

2. Страшнов С. Л. Система СМИ [Электронный ресурс]: просветительство и журналистика: учебное пособие для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2021. 173 с. // ЭБС Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/476529>.

б) дополнительная литература:

1. Жиликова Н. В. История отечественной журналистики конца XIX – начала XX веков + хрестоматия в ЭБС [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов. 2-е изд., испр. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2020. 236 с. // ЭБС Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/452170>.

2. Ахмадулин Е. В., Р. П. Овсепян. История отечественной журналистики XX века [Электронный ресурс]: учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2021. 382 с. // ЭБС Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/468697>.

в) ресурсы сети «Интернет»

1. Электронная библиотека учебных материалов ЯрГУ (http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php).

2. Электронно-библиотечная система «Юрайт» (<https://urait.ru>)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа;
- учебные аудитории для проведения практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ЯрГУ.

Автор:

Ст. преп. кафедры рекламы и связей
с общественностью
должность, ученая степень

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Кривошеева'.

Ю.А. Кривошеева
И.О. Фамилия

**Приложение № 1 к рабочей программе дисциплины
«Теория и практика отечественных массмедиа»**

**Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации студентов по дисциплине**

**1. Типовые контрольные задания и иные материалы,
используемые в процессе текущего контроля успеваемости
(проверка сформированности ОПК-3: ИД_ОПК-3.1)**

Задания к теме 1. Периодическая печать в России XVIII – начала XX вв.

Когда появились первые русские рукописные газеты? Можно ли их отнести к периодической печати?

Почему исследователи считают, что дата указа об издании газеты не случайна. Какие цели преследовал Петр I, отдавая указ об издании газеты?

Почему журналисты считают Петра I первым российским журналистом и первым редактором? Как Петр I относился к цензуре? Обоснуйте ответ.

Как вы объясните название журнала «Уединенный пошехонец»? Какие версии появления такого названия существуют в современной исследовательской литературе?

Задания к теме 2. Отечественная журналистика в период между двух революций (февраль – октябрь 1917 г.).

В начале XX века газета как жанр играет ведущую роль. Если рубеж XVIII–XIX вв. пережили только две газеты, то в 1891 г. издавалось 70 ежедневных и 226 не ежедневных газет. К 1912 г. ежедневных стало 417, из них 10 выходили два раза в день. Чем вы можете это объяснить? Только ли экономической выгодой издательского дела?

В начале XX века считалось, что газета и журнал – это две формы подачи информации. Газета и журнал – это не просто два вида периодики, это два способа воздействия на читателя, газета формирует общественное мнение ежедневно, информируя, агитируя читателей; журнал на основе созданного газетой общественного мнения вырабатывает жизненную ориентацию, определенное мировоззрение. Обоснуйте свое мнение. Насколько это справедливо по отношению к сегодняшней ситуации?

Задание к теме 3. Отечественная журналистика в годы гражданской войны и «военного коммунизма» (ноябрь 1917 – 1921 гг.).

Газета «Правда» была основана в апреле 1912 г. как легальная большевистская газета. Фактически редактором и руководителем газеты являлся Ленин. 8 июля 1914 г., в канун Первой мировой войны, царское правительство запретило издание газеты. Выпуск «Правды» был возобновлен в марте 1917 года как органа ЦК и Петербургского комитета РСДРП(б). После Октябрьской революции 1917 г. газета «Правда» на всех этапах строительства советского общества являлась орудием партии в борьбе за осуществление ее стратегических, тактических и организационных задач. Несмотря на сугубо партийную принадлежность (КПСС), многие поколения советских людей именно «Правду», а не «Известия» воспринимали главной государственной газетой. Можете объяснить, почему?

Задание к теме 8. Отечественная журналистика в годы Второй мировой войны (1939–1945 гг.).

В годы Великой Отечественной войны огромную роль играло радио, послушать которое люди собирались на центральных площадях городов и др. Сводки Совинформбюро и приказы Верховного Главнокомандующего в годы Великой Отечественной войны читал Юрий Левитан, и его голос известен каждому жителю СССР. Именно Юрию Левитану, благодаря уникальному тембру голоса, было доверено объявлять о взятии Берлина и о Победе. Газеты играли не меньшую роль. Именно в газетах рассказывалось о подвигах солдат и офицеров. Подвиг Александра Матросова повторили более двухсот бойцов после того как прочитали о нем в газете. Кого из военных корреспондентов вы знаете? Подготовьте сообщения о ярославских журналистах-фронтовиках.

Задания к теме 11. Советская журналистика в середине 1960-х – середине 1980-х гг.

В чем сильные и слабые стороны отечественной журналистики периода застоя? В ноябре 1959 г. состоялся I Всесоюзный съезд советских журналистов, на котором был создан Союз журналистов СССР. В приветствие съезду от ЦК КПСС советские журналисты были названы «подручными партии». С точки зрения ЦК КПСС это было высшим признанием заслуг журналистов. В течение многих лет эта оценка была предметом гордости для многих советских журналистов. А как вы считаете, есть здесь повод для гордости? Обоснуйте ответ.

Задания к теме 15. Журналистика Российской Федерации в 1990-ые гг.

15-17 мая 1985 г. состоялся визит Генерального секретаря ЦК КПСС Михаила Горбачева в Ленинград, где на встрече с партактивом Ленинградского горкома КПСС он впервые употребил слово «перестройка», обозначив будущий общественно-политический процесс: «Видимо, товарищи, всем нам надо перестраиваться. Всем». Термин был сразу же подхвачен СМИ и стал лозунгом начавшейся в СССР новой эпохи. Как вы думаете, почему об идее перестройки Михаил Горбачев объявил именно в Ленинграде?

Бытует мнение, что от перестройки выиграли, прежде всего, журналисты. Согласны вы с этим или нет? Обоснуйте ответ.

Задания к теме 16. Перестройка и СМИ в Ярославской области.

В 1990-ые годы в Ярославской области выходили две ежедневные газеты: «Северный рабочий», основана в ноябре 1908 г., и «Золотое кольцо», первый номер которой вышел 25 октября 1991 г. Сравним номера «Северный рабочий» от 10 июля 1990 г., который вышел под лозунгом XXVIII съезд коммунистической партии» и газету «Золотое кольцо» от 3 ноября 1990 г., который вышел под лозунгом «Благослови, господи».

Сравниваем рубрики и содержание информационных и публицистических материалов. Какой вывод можно сделать о состоянии СМИ на начало 1990-х годов, когда еще существовал Советский Союз? Почему население, а СССР был самой читающей страной, в каждой семье выписывали от двух до пяти газет и журналов как минимум, сразу же разделилось по отношению с «перестроечной» прессе?

Задания к теме 17. Отечественная журналистика на современном этапе (2000-2010-ые годы).

Как вы понимаете свободу слова применительно к современным российским СМИ?
Для ответа используйте Закон РФ о СМИ.

В чем разница между СМИ, получающими государственную или региональную субсидию, и коммерческими СМИ?

Почему сейчас говорят о падении авторитета СМИ, и согласны ли вы с этим утверждением?

Задания к теме 18. Средства массовой информации как инструмент и орудие политической борьбы в современной России.

Какими нормативными актами необходимо руководствоваться СМИ при освещении подготовки и проведения выборных кампаний, взаимодействии с кандидатами и политическими партиями?

Какие СМИ имеют право, а какие обязаны участвовать в выборных кампаниях федерального, регионального, муниципального уровней?

Какие ограничения возлагаются на сетевые издания при проведении предвыборной агитации? Важно помнить: Законом о СМИ предусмотрено, что сетевое издание – это сайт в сети Интернет, зарегистрированный в качестве средства массовой информации в соответствии с указанным Законом.

Задания к теме 19. Роль средств массовой информации в формировании политического сознания.

Как пропагандировали героизм в СССР, и как это делается в современных российских СМИ?

Назовите героев наших дней.

Кого изображают современные СМИ состоявшимися людьми?

Следуют ли какой-либо идеологии современные СМИ?

Задания к теме 20. Роль современных средств массовой информации в PR-процессе.

В чем особенность рекламных компаний в прессе, на радио, телевидении?

Как вы понимаете роль пресс-службы в выстраивании отношений со СМИ?

Что такое ребрендинг, и необходимо ли прибегать к СМИ при ребрендинге?

Как вы понимаете PR-моделирование?

Задания к теме 21. Региональные СМИ и общественно-политическая жизнь города и региона.

Кому больше доверяют читатели и зрители: местным СМИ или центральным?

В чем заключаются самые большие сложности местных СМИ с точки зрения теоретиков и практиков журналистики?

Насколько объективно региональные СМИ отражают общественное мнение. Проанализируйте с этой точки зрения любой местный телеканал или газету.

Задания к теме 22. Приоритетные жанры региональной периодической печати: тенденции и перспективы.

Назовите основные жанры СМИ в Ярославском регионе за последние двадцать лет.

Что пользуется большей популярностью в регионе у разных групп населения: печать, телевидение, радио, Интернет?

Каким СМИ больше доверяют?

Задания к теме 23. Жанровые особенности региональных средств массовой информации.

В чем трудности в развитии региональных СМИ?

Почему считается, что региональные СМИ больше зависят от государственных структур, чем центральные?

Представители каких профессий чаще всего присутствуют в региональном и российском медиапространстве?

Задания к теме 24. Современный дизайн СМИ: требования, нормы, тенденции.

Как можно характеризовать современный дизайн СМИ? Что на него влияет больше всего?

Если говорить о дизайне, какие СМИ влияют друг на друга? Кто задает моду, тренды, на ваш взгляд?

Задания к теме 25. Правовое регулирование деятельности редакций СМИ и журналистов.

Основным документом для печатного СМИ является Свидетельство о регистрации средства массовой информации. Кто его выдает, и каков порядок его получения?

Что вы знаете о Роскомнадзоре?

Какой аналогичный документ обязан иметь телеканал?

Охарактеризуйте «Лицензию на осуществление телевизионной деятельности». Кто ее выдает, и каков порядок ее получения?

Примеры контрольных работ

(проверка сформированности ОПК-3: ИД_ОПК-3.1)

Контрольная работа №1

1. Массовые периодические издания и причины их популярности ("Аргументы и факты", "Комсомольская правда", "Труд").

2. Закон СССР "О печати и других средствах массовой информации" и Закон СССР "Об общественных организациях", их значение для развития независимых СМИ.

Контрольная работа №2

1. Закон "О средствах массовой информации" (1991); закон "О государственной поддержке СМИ и книгоиздания РФ" (1995) и их значение для развития отечественных СМИ.

2. Разрушение единого информационного пространства СССР в связи с возникновением независимых государств; утрата рядом изданий статуса центральных и обретение ими статуса всероссийских.

3. Кризис печатных изданий в связи с экономическим кризисом начала 1990-х гг. (падение тиражей, закрытие многих изданий, уменьшение господдержки).

4. Переход СМИ в 1990-е гг. на коммерческие рельсы, возникновение новых газет различного типа

Содержание контрольной работы оценивается по шкале «зачтено-незачтено»:

«Зачтено» - студент знает основную терминологию по изучаемой теме и на основе знаний, полученных в ходе изученных ранее материалов, показывает достаточно полные и систематизированные знания.

«Не зачтено» – студент не может дать четкого определения ранее изученным терминам, не может аргументировано ответить на вопросы контрольной работы, демонстрирует отсутствие интереса к теме.

Или ответ на вопрос полностью отсутствует.

Примеры тестовых заданий

(проверка сформированности ОПК-3: ИД_ОПК-3.1)

1. Первая русская печатная газета имела много названий, но вошла в историю как

- а) Куранты
- б) Ведомости Московского государства
- в) Ведомости московские
- г) Российские ведомости

2. Первый провинциальный журнал вышел в Ярославле в 1786 году и назывался

- а) Ежемесячный журнал
- б) Ежемесячные сочинения
- в) Литературные сочинения
- г) Уединенный пошехонец

3. С чем связан бурный рост периодических изданий, газет и журналов, в России начале XX века?

- а) с поляризацией взглядов в российском обществе
- б) с зарождением «нового» искусства
- в) с технически прогрессом, позволяющим сделать печать коммерчески выгодным делом
- г) с усилением классовой борьбы

4. В годы Великой Отечественной войны советские газеты играли огромную роль в обществе, потому что

- а) публиковали точную сводку с фронтов
- б) подробно рассказывали о подвигах солдат
- в) публиковали списки погибших и раненых
- г) рассказывая о героических сражениях на фронте и трудовых подвигах в тылу, укрепляли веру советских людей в Победу, не допуская ни малейших сомнений.

5. Создание в СССР Союза журналистов в 1959 году было актуальным шагом,

- а) так как в других Европейских странах уже существовали аналогичные союзы
- б) у журналистов не было своей профсоюзной организации
- в) этого требовала партийная цензура
- г) через Союз проще осуществлять партийный контроль и СМИ в целом, и отдельных журналистов

6. Появление негосударственных СМИ в России стало возможным благодаря

- а) новому Закону СССР «О печати и других СМИ» (1990).
- б) коммерциализации прессы
- в) личному указанию президента СССР Михаила Горбачева
- г) в целом Перестройке.

7. В годы перестройки наблюдался бурный рост так называемых альтернативных СМИ. Это была альтернатива

- а) государственным СМИ
- б) черно-белым, печатающимся на дешевой бумаге
- в) партийным СМИ
- г) профсоюзным СМИ

8. Закон РФ о СМИ, принятый в 1993 году

- а) запрещает цензуру
- б) отдает этот вопрос региональным властям
- в) обходит стороной вопрос о цензуре
- г) запрещает препятствовать профессиональной журналистской деятельности

9. Социальная роль СМИ в современном обществе сводится

- а) к формированию общественного мнения
- б) отражению общественного мнения
- в) к первому и второму
- г) информированию населения

10. Между журналистом и блогером нельзя ставить знак равенства, потому что

- а) журналист выполняет профессиональную деятельность
- б) исходит из интересов своего издания или своих читателей
- в) руководствуется законом о СМИ
- г) дает разные точки зрения на одну ситуацию

Критерии оценивания тестовой работы:

Оценка «зачтено» выставляется студенту по итогу прохождения теста с результатом не менее 80% правильных ответов от общего числа вопросов. Один вопрос оценивается в один балл.

2. Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации

На экзамене проверяется сформированность компетенции ОПК-3: индикатор ИД_ОПК-3.1 на основе проверки теоретического материала. При этом учитывается сформированность навыков и умений на практических занятиях во время работы в семестре.

Оценка «Отлично» выставляется студенту, демонстрирующему глубокое и полное владение содержанием материала и понятийным аппаратом дисциплины, дающему развернутые, полные и четкие ответы на вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы, соблюдающему логическую последовательность при изложении материала.

Оценка «Хорошо» выставляется студенту, ответ которого на экзамене в целом соответствуют указанным выше критериям, но отличается меньшей обоснованностью и полнотой. В ответе имеют место неточности, которые исправляются самим студентом после дополнительных и (или) уточняющих вопросов экзаменатора.

Оценка «Удовлетворительно» выставляется студенту, дающему недостаточно полные и последовательные ответы на вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы. В ответах допускаются ошибки в определении и раскрытии основных понятий, формулировке положений, которые студент затрудняется исправить самостоятельно. При аргументации ответа студент не обосновывает свои суждения. На часть дополнительных вопросов студент затрудняется дать ответ или дает неверные ответы.

Оценка «Неудовлетворительно» выставляется студенту, который демонстрирует разрозненные, бессистемные знания, беспорядочно и неуверенно излагает материал, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий вследствие их непонимания, дает неполные ответы, логика и последовательность изложения которых имеют существенные и принципиальные нарушения, в ответах отсутствуют выводы. Дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора не приводят к коррекции ответов студента. На основную часть дополнительных вопросов студент затрудняется дать ответ или дает неверные ответы. Оценка «Неудовлетворительно» выставляется также студенту, который взял экзаменационный билет, но отвечать отказался.

Вопросы для подготовки к экзамену:

(проверка сформированности ОПК-3: ИД_ОПК-3.1)

1. Возникновение периодической печати в России. Петровские «Ведомости». Появление журналов.
2. Первый провинциальный журнал «Уединенный пошехонец» и первая провинциальная газета «Казанские известия». Губернские и епархиальные ведомости.
3. Консервативная, либеральная и демократическая пресса
4. История отечественных средств массовой информации с февраля 1917 г. до настоящего времени: периодизация.
5. Российская печать накануне 1917 г. (общая характеристика).
6. Отечественная печать в период между двух революций (февраль – октябрь 1917 г.).
7. "Несвоевременные мысли" М. Горького: основная проблематика публицистических выступлений писателя.
8. Отечественная журналистика в эпоху многопартийности (ноябрь 1917 – июль 1918 гг.)
9. Формирование однопартийной системы советской журналистики в эпоху интервенции и гражданской войны (1918 – начало 1920-х гг.).
10. Советская печать эпохи НЭПа. Кризис советской печати и его преодоление.
11. Основные журналы 1920-х гг. Литературно-художественные издания, их позиция в литературной борьбе.
12. Политическая борьба 1920-х гг. и ее отражение на страницах советской печати.
13. Печать первой волны русской эмиграции (1920-е гг.): основные периодические издания.
14. Просоветские издания русского зарубежья 1920-х гг.
15. Профессиональные объединения литераторов и журналистов русского зарубежья. Первый зарубежный съезд писателей и журналистов.
16. Развитие структуры средств массовой информации в СССР в конце 1920-х – 1930-е гг.

17. Освещение коллективизации и индустриализации в советских средствах массовой информации 1930-х гг.
18. Советская печать в годы второй и третьей пятилетки. Усиление идеологической борьбы в 1930-е гг.
19. Журналы 1930-х гг. Пропаганда достижений Советского государства в журнальной печати. Кризис литературных журналов.
20. Отечественная публицистика 1930-х гг.: основная тематика и жанровое своеобразие.
21. Печать первой волны русской эмиграции в 1930-е гг.: основные имена и издания.
22. Отечественные СМИ накануне и в годы Великой Отечественной войны.
23. Публицистика в годы Великой Отечественной войны.
24. Телеграфное агентство Советского Союза: история в 1920–1930-е гг.
25. Развитие радиовещания в Советской России 1920–1930-х гг.
26. Появление телевизионного вещания в СССР.
27. Творческая деятельность одного из советских публицистов 1920–1930-х гг. (по выбору).
28. Роль газеты "Правда" среди советских СМИ в 1920–1930-е гг.
29. Развитие системы СМИ в первое послевоенное десятилетие.
30. Основная тематика выступлений СМИ в первое послевоенное десятилетие.
31. Развитие отечественных СМИ в эпоху политической и культурной "оттепели" (вторая половина 1950-х – первая половина 1960-х гг.).
32. Место газеты "Известия" среди печатных СМИ в годы "оттепели"
33. Значение журнала "Новый мир" среди журнальной периодики в годы оттепели.
34. Основная проблематика публицистических выступлений на страницах отечественной печати в эпоху "оттепели".
35. Развитие отечественных СМИ в эпоху политического "застоя" (вторая половина 1960-х – первая половина 1980-х гг.).
36. Основная проблематика публицистических выступлений на страницах отечественной печати в эпоху "застоя".
37. Советское радио и телевидение в 1950–1980-е гг.
38. Творчество одного из публицистов 1960–1980-х гг. (по выбору).
39. Русская журналистика второй и третьей волн русской эмиграции.
40. Периодические издания "самиздата". Правозащитное движение и периодика отечественного "подполья" 1960–1980-х гг.
41. Отечественная журналистика в эпоху "перестройки" (вторая половина 1980-х – начало 1990-х гг.): формирование многопартийной печати.
42. Ведущие печатные СМИ "перестройки".
43. Отечественное телевидение во второй половине 1980-х – начале 1990-х гг.
44. Отечественная журналистика в 1990-е гг. Основная проблематика публицистических выступлений в СМИ.
45. Журналистика Российской Федерации на современном этапе: система современных печатных СМИ.
46. Основная проблематика публицистических выступлений в современных СМИ.
47. Современное телевидение: структура, информационная политика, основные информационные программы.
48. Информационные агентства СССР- РФ во второй половине XX века.
49. Интернет-журналистика. Блогеры и журналисты.
50. Популярные соцсети и СМИ.

**Приложение №2 к рабочей программе дисциплины
«Теория и практика отечественных массмедиа»**

Методические указания для студентов по освоению дисциплины

Практические занятия и экзамен обеспечивают оперативную, текущую и итоговую дифференцированную информацию о степени освоения теоретических и методических знаний-умений в профессиональной подготовке каждого студента.

В качестве критериев оценки выступают контрольные требования, основанные на использовании пройденного материала, а также дополнительной литературы.

Оперативный контроль обеспечивает информацию о ходе выполнения студентами конкретного раздела, вида учебной работы.

Текущий - позволяет оценить степень освоения раздела, темы, вида учебной работы.

Студенты специальности «Реклама и связи с общественностью», выполнившие рабочую учебную программу по дисциплине «Теория и практика отечественных массмедиа», в 6 семестре сдают экзамен.

Условием допуска к экзамену является регулярность посещения учебных занятий в объеме, предусмотренном расписанием.

Студент, завершивший обучение по дисциплине «Теория и практика отечественных массмедиа», должен показать знание, общую и специальную профессиональную подготовку, соответствующие требованиям Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по данной обязательной дисциплине.