

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1145394	Социально-культурные основы журналистской деятельности

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Журналистика	Код ОП 1. 42.03.02/33.01
Направление подготовки 1. Журналистика	Код направления и уровня подготовки 1. 42.03.02

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Исхаков Рафаиль Лутфуллович	кандидат филологических наук, доцент	Доцент	периодической печати и сетевых изданий
2	Олешко Владимир Федорович	Доктор философских наук, Профессор	Заведующий кафедрой	Периодической печати и сетевых изданий

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Социально-культурные основы журналистской деятельности

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль «Социально-культурные основы журналистской деятельности» призван – дать студентам представление об основах психологии, культурологии, социологии, способствующих развитию общей культуры и социализации личности; научить их понимать законы, методы исследований и способы их применения в журналистской практике; помочь им ориентироваться в основах психологии, культурологии и социологии, помочь понимать специфику их подходов к анализу и объяснению различных многоаспектных и многоструктурных явлений и их значение для современной науки и практики; дать представление о психологических, культурологических и социологических причинах формирования этнических, конфессиональных, гендерных и иных предрассудков и уметь адекватно информировать об этом аудиторию. Дисциплины модуля способствуют формированию более углубленного представления о специфике журналистской профессии, помогают формированию мировоззренческих и социально-культурных основ профессиональной деятельности.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Культурология	3
2	Социология журналистики	3
3	Психология журналистики	3
ИТОГО по модулю:		9

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
---------------------------	--------------------------------	--

1	2	3
Культурология	<p>ОПК-1 - Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов</p>	<p>З-1 - Характеризовать основные методологические и теоретические подходы, позволяющие объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной области</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять основные характеристики явлений и процессов на основе критериев научных знаний, используя основные теоретические и методологические подходы в своей профессиональной области</p> <p>У-2 - Определять теоретические и методологические подходы для обоснованного объяснения природы, явлений и процессов в своей профессиональной области</p> <p>П-1 - Самостоятельно, опираясь на теоретические и методологические подходы, составить на основе критериев научных знаний характеристики явлений и процессов для решения задач в своей профессиональной области.</p>
	<p>ПК-3 - Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>З-1 - Характеризовать основные достижения российской и мировой культуры в исторической динамике</p> <p>З-2 - Анализировать и оценивать явления отечественной и мировой культуры</p>
Психология журналистики	<p>ОПК-1 - Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов</p>	<p>У-1 - Самостоятельно определять основные характеристики явлений и процессов на основе критериев научных знаний, используя основные теоретические и методологические подходы в своей профессиональной области</p> <p>У-2 - Определять теоретические и методологические подходы для обоснованного объяснения природы, явлений и процессов в своей профессиональной области</p>

		<p>П-1 - Самостоятельно, опираясь на теоретические и методологические подходы, составить на основе критериев научных знаний характеристики явлений и процессов для решения задач в своей профессиональной области.</p>
	<p>ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p>	<p>З-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач</p> <p>З-2 - Изложить основные требования к составлению и оформлению документов и отчетов по результатам профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Определять оптимальные методы для сбора, анализа и интерпретации данных в профессиональной области</p> <p>П-1 - Составлять и оформлять аналитические документы или отчеты, отражающие результаты, значимые для своей профессиональной области, в соответствии с нормативными требованиями</p>
	<p>ОПК-5 - Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p>	<p>З-1 - Изложить основные принципы и формы внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять субъектов взаимодействия и социального партнерства с учетом специфики профессиональной деятельности</p> <p>П-1 - Работая в команде, спланировать процесс поэтапного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ в целях эффективного решения профессиональных задач</p> <p>Д-1 - Проявлять целеустремленность, ответственность, стремление к выстраиванию партнерского взаимодействия</p>

	ПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	З-1 - Определять основные типы аудитории, ее интересы и потребности, методы и способы ее изучения
	ПК-7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	П-1 - Применять принципы социальной ответственности в оценке эффектов и последствий профессиональной деятельности при создании и распространении медиатекстов или иных коммуникационных продуктов
Социология журналистики	ОПК-1 - Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов	<p>У-1 - Самостоятельно определять основные характеристики явлений и процессов на основе критериев научных знаний, используя основные теоретические и методологические подходы в своей профессиональной области</p> <p>У-2 - Определять теоретические и методологические подходы для обоснованного объяснения природы, явлений и процессов в своей профессиональной области</p> <p>П-1 - Самостоятельно, опираясь на теоретические и методологические подходы, составить на основе критериев научных знаний характеристики явлений и процессов для решения задач в своей профессиональной области.</p>
	ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности	<p>З-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач</p> <p>З-2 - Изложить основные требования к составлению и оформлению документов и отчетов по результатам профессиональной деятельности</p> <p>П-1 - Составлять и оформлять аналитические документы или отчеты, отражающие результаты, значимые для своей профессиональной области, в соответствии с нормативными требованиями</p>

		<p>П-2 - Проводить, применяя методы, сбор и анализ данных, характерных для своей профессиональной области, и представлять их интерпретацию в форме научного доклада (сообщения)</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения; способность к поиску новой информации</p>
	<p>ОПК-6 - Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p>	<p>З-3 - Описать принципы, каналы и формы получения обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p> <p>З-4 - Привести примеры социального эффекта и последствий получения обратной связи о профессиональной деятельности</p> <p>П-1 - Создавать модели получения обратной связи от субъектов, вовлеченных в профессиональную деятельность, с описанием социального эффекта и ее последствий</p>
	<p>ПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>З-1 - Определять основные типы аудитории, ее интересы и потребности, методы и способы ее изучения</p> <p>У-1 - Применять существующие методы изучения аудитории при подготовке медиаконтента</p>

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Культурология

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Николаев Роман Михайлович	кандидат культурологии, без ученого звания	Доцент	культурологии и социально- культурной деятельности

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- **Николаев Роман Михайлович, Доцент, культурологии и социально-культурной деятельности**

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Р.1.	Культурология как наука	Предпосылки возникновения культурологии. Место культурологии в структуре гуманитарного знания. Объект, предмет, цель и задачи, структура культурологии.
Р.2.	Проблема сущности культуры	Понятие «культура». Основные подходы к определению культуры. Структура культуры. Проблема строения культуры. Материальная и духовная культура.
Р.3.	Культура и природа. Пространственно-временные координаты бытия культуры	Природа как совокупность естественных условий существования человеческого общества. Исторические этапы взаимодействия человека и природы. Тело человека как точка пересечения природы и культуры. Пространство и время культуры. Представления о пространстве и времени в мифологии, религии и искусстве.
Р.4.	Культура и общество	Культурное как социальное. Нормативная сфера культуры. Культура и социальная стратификация. Культура и цивилизация. Социодинамика культуры. Этническая и национальная культура.
Р.5.	Человек в мире культуры	Человек как творец и творение культуры. Понятия «социализация» и «инкультурация». Культурно-исторический тип личности. Культура и творчество. Культура и свобода.
Р.6.	Проблемы типологии культуры	Концепции культурно-исторических типов и линейная схема периодизации истории. Цивилизационные концепции: Н. Я.

		Данилевский, О.Шпенглер, А. Тойнби, П. А. Сорокин. Основные исторические типы культуры.
Р.7.	Семиотика культуры	Знак и символ в культуре. Культура как текст. Особенности межкультурной коммуникации. Современная культура как культура масс-медиа. Понятие информационного общества.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Формирование социально-значимых ценностей	культурно-просветительская деятельность	Технология дебатов, дискуссий	ПК-3 - Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	З-2 - Анализировать и оценивать явления отечественной и мировой культуры

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Культурология

Электронные ресурсы (издания)

1. Гуревич, П. С.; Культурология : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115380> (Электронное издание)
2. Бодрийяр, Ж., Ж.; В тени молчаливого большинства, или конец социального : монография.; Директ-Медиа, Москва; 2009; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=41222> (Электронное издание)
3. Эко, У., У.; Отсутствующая структура. Введение в семиологию; Директ-Медиа, Москва; 2007; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=36238> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Дианова, В. М.; История культурологии : учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 033000 "Культурология".; Юрайт, Москва; 2013 (5 экз.)
2. , Солонин, Ю. Н., Каган, М. С.; Культурология : учебник для студентов вузов.; Юрайт, Москва; 2005 (8 экз.)

3. Азаренко, С. А., Плотников, В. И.; Топология культурного воспроизводства (на материале русской культуры); Изд-во Урал. ун-та, Екатеринбург; 2000 (4 экз.)
4. Барт, Р., Косиков, Г. К.; Избранные работы: Семиотика. Поэтика : Пер. с фр.; Прогресс, Москва; 1994 (5 экз.)
5. Бодрийяр, Ж., Зенкин, С.; Система вещей; Рудомино, Москва; 1999 (2 экз.)
6. Сорокин, П. А., Согомонов, А. Ю., Сидоренко, С. А.; Человек. Цивилизация. Общество; Политиздат, Москва; 1992 (12 экз.)
7. , Большаков, В. П., Скотникова, Г. В., Иконникова, С. Н.; Теория культуры : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 031401.65 "Культурология" .; Питер, Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.]; 2010 (3 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Культурология

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc

		<p>соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p>	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p>	Не требуется
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Социология журналистики

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Исхаков Рафаиль Лутфуллович	кандидат филологических наук, доцент	Доцент	периодической печати и сетевых изданий

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Исхаков Рафаиль Лутфуллович, Доцент, периодической печати и сетевых изданий

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P.1.T.1.	Предпосылки возникновения социологии. История социологии	Предыстория и социально-философские предпосылки социологии как науки. Экономические и социально-политические предпосылки, социальный заказ на социологические исследования. Классические социологические теории. Современные социологические теории. Русская социологическая мысль: становление и развитие. Советский период развития отечественной социологии. Положение социологии в современной России.
P.1.T.2.	Социология как наука. Объект и предмет социологии	Философское понимание объекта и предмета науки. Объект социологии: современное гражданское общество и информация об обществе. Социология как наука, изучающая социальную подсистему общества. Макро- и микросоциология. Специфика социологического знания. Социологические подходы. Место социологии в системе наук об обществе. Познавательная, прогностическая и управленческая функции социологии в современном обществе. Социальные законы и закономерности. Структура и уровни социологического знания. Отраслевая социология и теории среднего уровня. Социология как вид профессиональной деятельности.

<p>Р.1.Т.3.</p>	<p>Методы социологического исследования</p>	<p>Прикладные социологические исследования как составная часть социологического знания. Под-готовка и проведение социологического исследо-вания. Принципы и этапы разработки, содержание программы исследования. Проблема выборки в со-циологических исследованиях. Типы и виды выбо-рок.</p> <p>Методы сбора информации. Опрос как наибо-лее распространенная форма сбора информации, его виды, их краткая характеристика. Анкетный вопрос как способ получения информации, разновидности, специфика использования. Анализ документальных источников. Наблюдение в социологическом ис-следовании, его виды и возможности. Эксперимент в социологии.</p>
<p>Р.1.Т.4.</p>	<p>Социальная структура общества</p>	<p>Морфология общества: социальная структура, социальные институты, социальные общности, социальные организации. Основания естественной структуры общества (раса, пол, национальность и т. д.).</p> <p>Социальная структура общества: понятие, типы и модели. Социологические правила изучения социальных структур. Основные концепции социальной структуры (К. Маркс, М. Вебер, их последователи в социологии XX века). Классовая теория К. Маркса, ее развитие в западной и отечественной социологии. Социальный статус как способ закрепления места человека в социальном пространстве. Классовый и стратификационный подходы к социальной структуре, возникающей объективно в процессе дифференциации общества. Проблема «среднего» класса.</p>
<p>Р.1.Т.5.</p>	<p>Социальное неравенство, стратификация и социальная мобильность</p>	<p>Теория стратификации как метод иерархического распределения групп. М. Вебер: преодоление ограниченности классового подхода, классические критерии стратификации. Современные измерители стратификации общества. Особенности социальной структуры современных развитых и развивающихся стран. Социальная структура современной России: неустойчивость, размытость критериев, особенности, подходы к изучению (Т. Заславская, Р. Рывкина). Основные принципы стратификации. Динамичность признаков.</p> <p>Понятие социального статуса. Роль предписанного и достигнутого статуса в современном мире. Совокупный статус. Ролевые теории личности. Ролевые ожидания, ролевая напряженность, ролевой конфликт.</p> <p>Социальная мобильность: внутр поколенческая, межпоколенческая, вертикальная, горизонтальная, групповая. Социальная мобильность как показатель «открытости» и «закрытости» социальных групп и общества в целом. Сущность и характеристика маргинальности. Факторы и социальные последствия процесса маргинализации в России.</p>

<p>Р.1.Т.6.</p>	<p>Социальные институты</p>	<p>Социальные институты как инструмент стабильности и развития общества. Социальный институт, как относительно стабильная совокупность символов, верований, ценностей, норм, ролей и статусов, которые управляют сферами социальной жизни: экономической, образовательной, управленческой, религиозной и др. Виды институтов. Общество и социальные институты.</p> <p>Возникновение социального института как потребность всего общества. Институализация как процесс становления социальных институтов. Социальные институты – «фабрики» по воспроизводству социальных связей (М. Вебер). Явные и латентные функции социальных институтов. Последствия дисфункций институтов.</p> <p>Элементы социального института. Социальные нормы, санкции.</p> <p>Высокий уровень институционализации современного общества, проблема свободы человека. Взаимовлияние и взаимодействие всех социальных институтов. Дифференциация и интеграция социальных институтов. Проблема автономии и контроля институтов.</p>
<p>Р.1.Т.7.</p>	<p>Культура как социальный феномен</p>	<p>Многообразие подходов к понятию культуры. Специфика социологического подхода.</p> <p>Контексты и явления культуры: символы, язык, вещи, «нормы». Материальная и духовная культура. Культура как комплекс ориентации действия социальных субъектов. Культура как мера человеческого в человеке, как освоение людьми своего бытия, как технология человеческой деятельности: творчество, образ жизни, субкультура и контркультура. Актуальная культура. Массовизация культуры. Проблема отчуждения.</p>
<p>Р.1.Т.8.</p>	<p>Социология личности. Процесс социализации</p>	<p>Личность как совокупность социально значимых качеств. Личность как деятельностный субъект. Основные социологические, психологические и культурологические теории личности.</p> <p>Социализация как процесс становления личности. Агенты социализации. Первичная и вторичная социализация, их особенности. Социализация как непрерывный процесс. Адаптация и интериоризация как фазы социализации. Факторы, условия и механизмы социализации индивида.</p>
<p>Р.1.Т.9.</p>	<p>Социальные изменения</p>	<p>Т.9. Социальные изменения Социальный процесс как совокупность и взаимосвязь социальных действий, как последовательная смена состояний или движение элементов в системах и подсистемах. Направленность динамики. Социальный процесс как функционирование, изменение и развитие. Ритмы и цикличность социальных процессов.</p>

		<p>Проблемы и концепция социального прогресса и регресса, эволюции и революции в социологии. Реформы как направленный эволюционный процесс.</p> <p>Социальные движения, их типология. Основные формы массового поведения. Роль социальных движений в общественном развитии, виды и направленность социальных движений.</p>
Р.2.Т.1.	Социология журналистики как научная и учебная дисциплина	<p>Структура курса. Основные понятия. Место в обществоведении и в системе журналистских дисциплин. Предмет дисциплины. Цели и задачи изучения. Общенаучные подходы, принципы, функции социологии журналистики.</p>
Р.2.Т.2.	Социология журналистики в мировой и отечественной науке	<p>Мыслители XVII–XVIII вв. о роли прессы в обществе: свобода печати как основное содержание научного и политического дискурса и начало социально-политических теорий журналистики. Газета как посредник между «управляющими и управляемыми» (К. Маркс). Пресса в условиях становления демократии (А. де Токвиль). Печать как средство классовой борьбы (К. Маркс, В.И. Ленин). Журналист как ученый и политик (М. Вебер). Социокультурное воздействие массовой коммуникации на жизнь общества; СМИ и «массовая культура» (М. Маклюэн, Т. Адорно). Журналистика как социально-психологический фактор формирования сознания аудитории (А. Шопенгауэр, Ф. Ницше, У. Липпманн, Э. Фромм, Г. Малецке).</p>
Р.2.Т.3.	Социологические исследования деятельности СМИ и их значение для социологии журналистики	<p>Концепции М. Вебера, Г. Лассуэлла, П. Лазарсфельда, У. Шрамма и Р. Мертон. Новая информационная реальность конца XX – начала XXI в. (П. Бурдьё, П. Шампань, Э. Ноэль-Нойман). Традиции и опыт социологии журналистики в России и в зарубежных странах.</p>
Р.2.Т.4.	Журналистика в социальной системе общества	<p>Социальная система и коммуникация. Коммуникатор, информатор, медиатор, реципиент как участники информационного взаимодействия. Журналистика и демократия. Проблема свободы СМИ как отражение социальных противоречий в обществе. Коммуникативный аспект функционирования власти и природа ее взаимодействия с журналистским корпусом.</p>
Р.2.Т.5.	Журналистика и социальный контроль	<p>Значение социального контроля для жизнедеятельности общества. Социальный контроль и социальное вмешательство. Социальный контроль как функция общественного мнения. Социальный контроль как функция журналистики. Социальный и журналистский контроль: общее и особенное.</p>
Р.2.Т.6.	Журналистика как профессиональная деятельность	<p>Социальные аспекты творческого труда журналиста. Двойственная роль журналистов в социальной структуре общества. Субъектность труда журналиста и его общественное назначение. Социальные аспекты личности журналиста.</p>

		Личностные и общественно значимые начала в труде журналиста.
Р.2.Т.7.	Социологическая культура труда журналиста	Социологическое мышление журналиста как показатель его профессионализма и опорный элемент социо-журналистской квалификации. Методы и формы журналистского познания действительности. Социальный факт в журналистике. Особенности публикации результатов социологических исследований в массовой печати и основные требования к ним. Социологический инструментарий журналиста: интервью, наблюдение, прессовый (телефонный) опрос, эксперимент, экспертный опрос, публицистический прогноз и др.
Р.2.Т.8.	Социальное содержание обратной связи СМИ	Понятие аудитории. Социальная сущность взаимодействия СМИ и аудитории. Исследования взаимодействия коммуникатора, информатора, медиатора и реципиента, социального контекста информационных процессов. Особенности и формы обнародования обратной связи. Цели, методы изучения аудитории, журналиста и редакционного коллектива.
Р.2.Т.9.	Эффективность журналистской деятельности	Проблема оптимизации функционирования СМИ. Критерии оценки эффективности журналистской деятельности. Внутренние и внешние факторы, детерминирующие эффективность журналистской деятельности. Методологическая база, основные методы и средства изучения эффективности журналистской деятельности.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология самостоятельной работы	ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности	З-2 - Изложить основные требования к составлению и оформлению документов и отчетов по результатам профессиональной деятельности У-2 - Оценивать оформленные отчеты и документы по результатам профессиональной деятельности на соответствие

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Социология журналистики

Электронные ресурсы (издания)

1. Фомичева, И. Д.; Социология СМИ : учебное пособие.; Аспект Пресс, Москва; 2012; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104043> (Электронное издание)
2. Шарков, Ф. И.; Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2017; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124> (Электронное издание)

Печатные издания

1. , Осипов, Г. В.; Рабочая книга социолога : [монография].; URSS : ЛИБРОКОМ, Москва; 2009 (5 экз.)
2. Грушин, Б. А.; Мнение о мире и мир мнений: Проблемы методологии исследования общественного мнения; Политиздат, Москва; 1967 (3 экз.)
3. , Засурский, Я. Н., Свитич, Л. Г.; Социологические исследования эффективности журналистики : [сб. ст.] .; Изд-во Моск. ун-та, Москва; 1986 (1 экз.)
4. Смелзер, Н., Ядов, В. А.; Социология : Пер. с англ.; Феникс, Москва; 1994 (2 экз.)
5. Зборовский, Г. Е.; Теоретическая социология XX - начала XXI века : учеб. пособие.; [Изд-во Гуманитарного ун-та], Екатеринбург; 2007 (28 экз.)
6. Кравченко, А. И.; Социология: Общий курс : учебное пособие для вузов.; ПЕР СЭ : Логос, Москва; 2002 (1 экз.)
7. Филатова, О. Г.; Социология массовой коммуникации : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 040201 Социология.; Гардарики, Москва; 2006 (30 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

<http://www.gks.ru/> Федеральная служба государственной статистики.

<http://fom.ru/> Фонд «Общественное мнение».

<http://romir.ru/> Исследовательский холдинг «Ромир».

<http://wciom.ru/> ВЦИОМ.

<http://www.levada.ru/> Левада Центр.

<http://www.tns-global.ru/TNS> Россия, Результаты исследований аудитории СМИ, рекламы и предпочтений потребителей.

<http://www.nielsen.com/ru/ru.html> Международная исследовательская кампания Nielsen.

<http://www.ecsocman.edu.ru>. Портал ресурсов по экономике, социологии и менеджменту.

<http://www.ispas.ru>. Журналы: «Социологические исследования», «Социологический журнал», «Социология: 4М» и др.

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Социология журналистики

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов	Не требуется

		Рабочее место преподавателя	
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Не требуется
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Психология журналистики

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Олешко Владимир Федорович	Доктор философских наук, Профессор	Заведующий кафедрой	Периодической печати и сетевых изданий

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Олешко Владимир Федорович, Заведующий кафедрой, Периодической печати и сетевых изданий

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Р.1.Т.1.	Общая характеристика психологии как науки	Психика как отражение человеком объективной реальности, необходимое ему для жизни, деятельности, управления своим поведением. Сознание как высшая форма психики. Научная и житейская психология, их сравнительный анализ. Специфика научно-психологического знания. Психология как естественная и гуманитарная научная дисциплина. Отрасли психологической науки. Связь психологии с другими науками. Методы психологии.
Р.1.Т.2.	Становление предмета психологической науки	Объект и предмет научного знания. Различные подходы к пониманию предмета психологии. Представления о душе, сознании и проблемы их изучения в истории философии. Явления сознания как предмет экспериментального психологического изучения. Метод интроспекции, его основные правила. Свойства сознания, его структура. «Поток сознания». Возможности и ограничения метода интроспекции, проблема самонаблюдения. Предмет и задачи психологии поведения (бихевиоризм). Проблемы объективного метода в психологии. Основная схема изучения поведения и возможности управления им (Скиннер). Современные школы психологии, их возможности использования в практике.

Р.1.Т3.	Общая характеристика психологии как науки	Психика как отражение человеком объективной реальности, необходимое ему для жизни, деятельности, управления своим поведением. Сознание как высшая форма психики. Научная и житейская психология, их сравнительный анализ. Специфика научно-психологического знания. Психология как естественная и гуманитарная научная дисциплина. Отрасли психологической науки. Связь психологии с другими науками. Методы психологии.
Р.2.Т.1.	Ощущение и восприятие	Ощущение и восприятие. Значение ощущений в жизни человека. Виды ощущений. Понятие порога. Нижний, верхний, дифференциальный пороги ощущений. Сенсорная адаптация. Восприятие, его основные свойства. Виды восприятия. Иллюзии зрительного восприятия.
Р.2.Т.2.	Внимание и память	Понятие внимания. Виды внимания. Специфика произвольного, постпроизвольного, непроизвольного внимания. Основные свойства внимания. Память: виды памяти и процессы. Факторы, влияющие на продуктивность памяти. Индивидуальные различия памяти.
Р.2.Т.3.	Мышление и речь	Мышление: специфика его изучения в психологии. Виды мышления. Творческое мышление и воображение. Методы стимулирования творческого мышления. Связь мышления и речи. Виды и функции речи.
Р.3.Т.1.	Проблема личности в психологии	Различие понятий индивид, личность, субъект. Психологические теории личности. Структура личности. Потребности и мотивы личности. Формирование Я-концепции и самооценка личности.
Р.3.Т.2.	Темперамент, характер, способности личности	Понятие темперамент и его типы. Характер, его типы, связь с темпераментом. Основные свойства характера. Понятие способностей. Уровни развития способностей. Общие и специальные способности. Развитие способностей. Способности и наследственность.
Р.3.Т.3.	Эмоции и воля	Общая характеристика эмоций. Функции и основные виды эмоций. Теории эмоций. Эмоциональные состояния личности. Воля, волевые действия и волевые свойства личности. Психологические теории воли.
Р.4.Т.1.	Общение как социально-психологический феномен	Общение: специфика изучения в психологии и других отраслях научного знания. Виды и структура общения. Коммуникативная сторона общения. Вербальные и невербальные средства.

		<p>Интерактивная сторона общения. Основные подходы к изучению взаимодействия. Типы взаимодействия. Конфликт как конкурентное взаимодействие. Функции конфликта и его структура.</p> <p>Понятие и типы социальной перцепции. Механизмы межличностного восприятия в процессе общения. Эффекты межличностного восприятия. Понятие атрибуции. Виды атрибуции и ошибки.</p>
Р.4.Т.2.	<p>Психологические аспекты поведения человека в малых группах</p>	<p>Понятие малой группы. Типы малой группы. Основные динамические процессы малой группы.</p> <p>Фасилитация и ингибция как специфические проявления поведения человека в группе</p> <p>Понятие групповой идентификации.</p> <p>Групповая сплоченность как показатель эмоциональной привлекательности членов группы друг для друга.</p> <p>Основные факторы, влияющие на механизм формирования группового решения.</p> <p>Лидерство и руководство: соотношение этих понятий в отечественной и зарубежной психологии. Основные подходы к изучению этих феноменов. Типы лидеров. Лидерство как процесс.</p>
Р.5.Т.1.	<p>Введение в теорию психологии журналистики</p>	<p>Психологические и социально-психологические аспекты функционирования массовой информации в обществе. Глобализация общества и идентичность личности. Информационное общество как общество, в котором Интернет и другие средства массовой коммуникации играют все более заметную роль. Коммуникация – “субстанция” общественного развития? Коммуникативный процесс: единство деятельности, общения, познания.</p> <p>Общественное сознание и массовое сознание – единство и различие. Массовое «информационное сознание». Сознание индивида. Современные технологии воздействия и суверенность личности, включенной в массовую коммуникацию. Журналистика как область творческой деятельности: основные составляющие, разнообразие характера и результатов труда. Синкретический характер журналистской профессии. Множественность функций журналистики. Психология журналистики и медиапсихология: общее и единичное.</p> <p>Свобода СМИ: возможность отражения всей палитры мнений, различных позиций, оценок. Феномен Интернета как способа самоидентификации. Основы теории коммуникации как концепции. Систематические научные исследования коммуникативных процессов в первой половине XX века. Исследования масс-медиа в рамках социологических традиций. Основные значения понятия “информация”. Культура как</p>

		<p>человекотворческая общественная система и социальная информация.</p> <p>Массовая коммуникация: целостное социальное явление, представляющее сущностную часть человеческих взаимоотношений, которое, с одной стороны, отражает факты, события, явления в жизни общества, с другой – само оказывает определяющее влияние на их формирование. Только ли метафора утверждение, что масс-медиа есть нервная система целостного общественного организма? Суверенность личности, включенной в массовую коммуникацию. Как противостоять манипуляциям общественным мнением? Г. Шиллер о кумулятивном характере воздействия продукции СМИ на аудиторию. Информационные войны и проблема психологической защиты от их последствий. Техника психологической безопасности.</p> <p>СМИ и новая информационная реальность. Сетевые издания как новые субъекты информационной деятельности, отраженные в дополнениях к российскому Закону о СМИ. Н. Луман и Ж.И. Шерель о субъектах информационной деятельности. Журналистика и новые информационные технологии. Тенденция трансформации институтов медиа в организации сферы бизнеса, изменения качественного состава профессионалов. Партиципаторные коммуникации и возможность прямого доступа общественности к производству, распространению информации по каналам СМИ. Система профессиональной культуры журналистов как способ формирования и мера реализации социальных и индивидуальных сущностных сил субъектов профессиональной деятельности во благо всего общества, а не отдельных его групп.</p> <p>Психология журналистики как научно-практическая дисциплина. Задачи курса. Методология исследований. Междисциплинарный характер большинства из них.</p>
<p>Р.5.Т.2.</p>	<p>Психология журналистики и смежные науки</p>	<p>Психологические и социально-психологические теории и журналистика. Массовая коммуникация в психической жизни человека. Психологический аспект практических концепций журнализма. Роль массовой коммуникации в процессах психосоциальной адаптации. Убеждение, внушение, заражение, подражание (научение) – основные формы воздействия на аудиторию. Междисциплинарный подход как “ключ” к анализу творческой индивидуальности субъектов массово-коммуникационной деятельности, аудитории СМИ, организации их диалоговых отношений.</p> <p>Социожурналистика как научная дисциплина, исследующая проблемы, связанные с социальной природой журналистики и публичностью, с их общественными функциями и воздействием социально-психологических факторов на журналиста, пиармена. Полемика по поводу понятия “социожурналистика”. Психология журналистики и</p>

		<p>социология, философия, этика, политическая культура. Коммуникативистика и медиапсихология.</p> <p>Индивидуальность (уникальность) человека — проявление его генетических и физиологических особенностей, феномен общественного развития и результат волевой устремленности на освоение общечеловеческой культуры и творческую самореализацию.</p> <p>Понятие “личность”, его определения в рамках различных философских, социологических, теорий и школ. Современные психологические теории. К. Юнг, Г. Олпорт, Э. Кречмер, К. Левин, Д. Гилфорд, А. Маслоу, Г. Айзенк и др. Основные направления исследования личности в отечественной психологии: теория отношений В.Н. Мясищева, теория сознания и деятельности С.Л. Рубинштейна, культурно-историческая теория Л.С. Выготского, теория деятельности А.Н. Леонтьева, теория установки Д.Н. Узнадзе, теория интегрального исследования индивидуальности В.С. Мерлина и др. Изучение личности коммуникатора и коммуниканта (реципиента) в психологии журналистики.</p> <p>Функции СМИ и их психологический аспект. Информационные системы и явления. Понятие «триада». Типы триад и моделирование массово-коммуникационной деятельности в психологии журналистики. Коммуникативные барьеры, имеющие социально-психологический характер: социальные, политические, религиозные, профессиональные, возрастные, и иные различия, которые приводят к неадекватному мироощущению, мировоззрению, миропониманию сторон.</p> <p>Основные виды психологических исследований в сфере масс-медиа:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценка содержания или контент-анализ; • описание ментальной реальности различных групп аудитории средств массовой информации; • оценка эффективности продолжительности воздействия продукции СМИ на различные аудиторные группы; • изучение результативности и систематизация технологий воздействия на аудиторию различных видов массовой коммуникации (публицистики, пропаганды, паблик рилейшнз, лоббистской деятельности СМИ, рекламы); • оценка факторов кумулятивного (совокупного) эффекта деятельности масс-медиа <p>Частные теории, обобщающие результаты психологических исследований массово-коммуникационной практики: теория социального научения, теория культивирования, теории социализации, теория использования и удовлетворения, теория установления (навязывания) повестки дня, когнитивная (конструктивистская) теория. Прагматическая составляющая теорий, эмпирические выводы исследований, основные представители научных школ. Вклад данных теорий в понимание современной массово-коммуникационной практики</p>
--	--	---

		и воздействия/взаимодействия СМИ с различными аудиторными группами или отдельными реципиентами.
Р.5.Т.3.	Психология массово-коммуникационного творчества: теория, история, общее и особенное	<p>Психологическая и социально-психологическая составляющие функций СМИ (информационных, коммуникационных, социально-ориентирующих, организационно-управленческих и т.д.). Собственно психологические и социально-психологические функции СМИ. Человек – личность – реципиент: редукция творческой индивидуальности. Одна из задач курса “Психология журналистики” – дать представление о социопсихологических особенностях журналистской профессии, типологии личности и моделях коммуникаторов, современных проблемах организации диалогового общения с аудиторией СМИ. Прогнозирование степени приемлемости и усвоения материала, предлагаемого средствами массовой коммуникации. Креативные технологии в данного рода деятельности.</p> <p>Творчество как “одухотворенное действие” и сущностная характеристика человека. Историко-философская, психологическая и социологическая традиция рассмотрения творчества: в античном сознании, в Средневековье и в эпоху Возрождения; Иммануил Кант, Фридрих В. Шеллинг, Карл Маркс о творчестве; эмпирический и прагматический подходы к творческому взаимодействию и самореализации индивида в различных социальных группах. Отечественные исследователи творчества в целом и журналистского, в частности.</p> <p>Развитие понятия “творческая личность”. Массово-коммуникативное творчество как вид деятельности, имеющий мотивы, цели, функции и результаты. Мотивы творчества – осознаваемые и неосознаваемые; процесс самопознания личности; познание мира; эстетические чувства, реализованные через эстетические потребности и потребности в творчестве. Функции творчества – познавательная функция; художественно-образная; творческая деятельность как выражение и коммуникация эмоций.</p> <p>Психологические эффекты и последствия (позитивные и негативные) деятельности средств массовой информации. Проблема статической и динамической адаптации личности к продукции СМИ. Комплексные переживания как факторы адаптивности. Аксиологические проблемы массово-коммуникационной деятельности. Свобода творчества: миф или реальность?</p> <p>Психологические аспекты функционирования редакционного коллектива. Формы ограничения творческого самовыражения личности журналиста. Варианты творческого поведения индивидуальных коммуникаторов при преодолении различного рода препятствий: ретроспективный, прогностический, альтернативный, кумулятивный.</p> <p>Творческое самовыражение как главная цель человеческого существования, венчающая биологические или психологические ступени восхождения к Творчеству.</p>

<p>Р.5.Т.4.</p>	<p>Человек как создатель продукции СМИ</p>	<p>Психология журналистского мышления и творчества, профессиональных методов и приемов. Психология личности журналиста как научно-практическая проблема.</p> <p>Профессионально-психологические качества. Творческие способности к журналистской деятельности и элементы индивидуального творческого мышления (природные особенности, генетические и ряд других). Творческая одаренность в журналистике. Творческое сознание и специфика его отношения к действительности. Специфика журналистского мышления: способности к «сцеплению»; цельность восприятия; гибкость мышления; легкость генерирования идей; способность к оценочным действиям; способность к ассоциативному мышлению и ряд других характеристик. Конкретные технологии творческой деятельности журналиста.</p> <p>«Прикладные» показатели специфики творческого мышления журналиста. Готовность памяти как способность запомнить, опознать, воспроизвести нечто немедленно, с отсрочкой или в момент творческого акта. Способность предвидения и прогностическая мыслительная деятельность. Скептицизм, самоирония. Способность к доработке, беглость речи, умение адекватно и оперативно переводить внутреннюю речь в письменную как необходимые «профессиональные» характеристики личности.</p> <p>Замысел журналистского произведения и технологии его реализации. Этап подготовки: формирование информационного багажа, привлечение ньюсмейкеров. Этап «инкубации» — извлечение следа памяти. Этап озарения, или по-другому — возникновение новых когнитивных структур, позволяющих внезапно увидеть элементы творческой задачи с новой точки зрения. Роль интуиции творящей личности. Так ли эфемерно понятие «творческое вдохновение»? Продуктивные творческие технологии журналистов-практиков: «отвлекающий маневр», «наводящее» и «техническое» стимулирование и ряд других. Парадигмы мышления и виды текста. Психотехнологии журналистского творчества.</p> <p>Этап верификации: доработка, совершенствование произведения, соотнесение задуманного с выполненным и общими задачами. Коллективный характер журналистского труда, принцип социальной ответственности СМИ.</p> <p>Психологическая типология текстов средств массовой информации: информационно-фактографических и оценочных, рационально-убеждающих и эмоционально-побуждающих, монологичных и диалогичных (полилогичных), реалистических и мифологических, деловых и гедонистических и т.д. Творческое письмо журналиста как технология. Патопсихология журналистского творчества: негативные последствия психологических эффектов.</p> <p>Составляющие информационного пространства. Информационное поле масс-медиа. Понятие формата. Фирменная подача материалов журналистом или СМИ в целом</p>

		<p>(на примере любой газеты, журнала, телерадиокомпании, Интернет-ресурса). Значимость понятия «авторский стиль». Психологические особенности и проблемы функционирования редакционного коллектива.</p>
Р.5.Т.5.	<p>Ценностная база личности журналиста и его профессиональной деятельности</p>	<p>Информационная открытость: есть ли пределы? Грань между журналистикой, пиаром, лоббистской деятельностью СМИ и политической рекламой. Многогранность проблематики этики профессии, и в целом аксиологии журналистики. Ее взаимосвязь в современных условиях не только с морально-этическими, но и с другими компонентами информационной деятельности.</p> <p>Дискурс профессиональной культуры журналиста. Профессиональная культура как инструмент большой Культуры. Анализ аксиологических компонентов современной журналистской практики с использованием методов социологии. Журналистская профессия как совокупность знаний и особо рода навыков, принадлежащих конкретному человеку.</p> <p>Профессия как род трудовой деятельности, служащий основным источником доходов: а что важнее денег? Журналистская профессия как социальная группа. Праксеологическая и ментальная сторона нашей профессии. Смыслоценностные компоненты журналистики.</p> <p>Концепт: общее понятие и что делает его фактом культуры. Профессиональное сознание, самосознание, мировоззрение, мышление. Логика профессиональной культуры. Различные пути к журналистской профессии.</p>
Р.5.Т.6.	<p>Личность как потребитель массовой информации</p>	<p>Особенности и закономерности восприятия массово-информационных текстов. Деятельность журналиста в творчески стимулированных и утилитарно-практических ситуациях. Пути ее динамизации за счет реализации интересов аудитории СМИ в целом или отдельной личности.</p> <p>Консенсусная функция журналистики как института социализации и духовного развития. Плюрализм источников информации и свободный доступ при посредстве масс-медиа к различным мнениям представителей большинства социумов. Аудитория СМИ как специфическая социально-коммуникативная общность.</p> <p>Особенности и закономерности восприятия массово-информационных текстов. Аудитория печати, телевидения, радио, сетевых СМИ, ее социально-психологическая структура. Процессы массовизации и индивидуализации потребления массовой информации. Психологические потребности, интересы, мотивы. Социально-психологические особенности различных групп аудитории. Методы ее изучения.</p> <p>Описание механизмов развития, изменения такого сложного объекта как аудитория СМИ с помощью системы показателей:</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • качественно-количественные признаки и информационные потребности аудитории; • описание самого процесса потребления различными аудиторными группами массовой информации (условия, «включенность», отношение к конкретным материалам СМИ и т.д.); • изучение воздействия сообщений масс-медиа на сознание аудитории; • эмоциональная сторона восприятия как фактор эффективности диалоговых отношений с аудиторией или отдельными реципиентами. <p>Позитивные и негативные психологические и социально-психологические эффекты массовой информации. Моделирование ролевого участия в медиатеатральности. Информационное давление, манипулирование, виртуализация, мифологизация, стереотипизация, эпатажность, сенсационность. Использование нейро-лингвистического программирования в массово-коммуникационной деятельности. Харизматическая модель коммуникатора. Имиджелогия как система.</p> <p>Психология журналистского общения с источниками информации, героями публикации, представителями различных социальных институтов, в том числе властью, с владельцами и учредителями СМИ, руководителями редакций и коллегами. «Визитная карточка» журналиста. Психологические проблемы журналистского общения (сфера воздействия, цели общения, стили общения, ступени общения). Партнерское общение. Невербальная коммуникация.</p>
<p>Р.5.Т.7.</p>	<p>Психологические факторы эффективности информационной деятельности</p>	<p>Психологические характеристики СМИ и их типология. Мотивы обращения к СМИ. Психологический «тезаурус» личности (затекстовое пространство, визуальная ранжированность, аудиальные пределы и т.д.). Психологические мотивы социальной стереотипизации. Типология аудитории. Мифология новейших средств массовой коммуникации. Суть «биологического» и «психологического» аспектов проблемы организации диалоговых отношений между СМИ и их аудиторией. Востребованность массово-информационной практикой эмпирико-прикладных психологических исследований.</p> <p>Аудитория СМИ: потенциальная, реальная и базовая. Образ аудитории в восприятии коммуникатора. Образ (социально-психологический портрет) различных социальных групп в материалах массовой коммуникации. Отражение в массовой коммуникации социально-психологических явлений, присущих социуму. Интегрирующие и дифференцирующие тексты.</p> <p>Ментальность как ведущая характеристика аудитории СМИ, определяющая особенности восприятия информации. Ментальность и рефлексия личности: «со-знание», которым владеет человеческая общность; «со-бытие»; «со-участие».</p>

		<p>Менталитет как определенные стереотипы в оценке происшедших событий, приверженность традициям.</p> <p>«Новостная» и «аналитическая» доминанты в мире массмедиа. Аналитичность как традиция отечественной журналистики. Ориентация в российской журналистике на персонифицированную подачу материала. Разделение новости и мнения: всегда ли это возможно? Субъективность коммуникаторов и субъективизм. Психологические характеристики типичного отечественного и зарубежного читателя.</p> <p>Факторы, препятствующие организации диалоговых отношений СМИ и аудитории. Э. Фромм и З. Фрейд о проблеме деиндивидуализации личности. Массово-коммуникационные аспекты и формы деиндивидуализации личности: “мазохистская” зависимость от СМИ; типологизированный конформизм; игореализация; творческая аффектация. Косвенная (скрытая) информация в сообщениях СМИ. Неформальная коммуникация – слухи. Типология слухов, условия их появления и социальные функции.</p> <p>Толерантный и интолерантный подходы в медиа-деятельности: сущность, характеристики. Влияние гендерных стереотипов на характер массово-коммуникационного творчества и восприятия информации. Гендерные доминанты в произведениях представителей различных групп коммуникаторов.</p> <p>Синергетические аспекты социального контактирования: решение организационных проблем коммуникации и понимания аудиторией журналистов, динамизация процессов порождения, передачи и получения информации, Основные правила законного эффективного общения с массовым сознанием.</p>
<p>Р.5.Т.8.</p>	<p>Есть ли философия у новостей?</p>	<p>Журналистика: извечное противоречие «творческого» и «рыночного» подходов к оценке результатов деятельности? Психологические особенности и проблемы функционирования редакционного коллектива.</p> <p>Философии новостей как определение субъективной линии поведения редакции или журналиста. Функции, задачи, эффективность данного подхода. Техника выделения «горячих» и «запретных» для конкретного масс-медиа тем. Философия новостей как необходимая составляющая менеджмента СМИ и формирования психологии доверия в коллективе. Организация репутационных мероприятий, реклама и самореклама средств массовой информации как научно-практическая проблема психологии журналистики.</p> <p>Психология интересов. Деление новостей на четыре разных вида:</p> <ul style="list-style-type: none"> * что аудитория вашего СМИ должна знать; * что ей необходимо знать;

		<p>* что люди хотят знать;</p> <p>* что интересно знать ("необязательные" новости).</p> <p>Проблема и психологический контекст инициированных новостей и псевдоновостей.</p> <p>Аккумуляция и распространение эффективного опыта позиционирования и продвижения СМИ на информационном рынке. Понятия «бренд» и «брендинг» в теории и практике журналистики. Психологические составляющие этого вида маркетинговой деятельности. Промоушн-войны СМИ как новая мировая тенденция.</p> <p>Проблема качества информации. Постоянные и эпизодические потребители медиа-продукции. Отражение повседневной жизни людей в «историях» и «сериалах». Реалити-шоу: форма отражения действительности или «мыльная опера»? Интерактивность как тенденция.</p>
<p>Р.5.Т.9.</p>	<p>Социально-технологический подход как фактор развития диалоговых отношений</p>	<p>Последствия социально-экономического кризиса конца XX-начала XXI столетия: потеря доступности периодических изданий — в силу их дороговизны, зависимость электронных СМИ от финансово-промышленных, политических и иных группировок, резкий сдвиг в сторону прямолинейного манипулирования общественным мнением. Изменение соотношения между понятийно-информационной нагрузкой СМИ и развлекательными функциями в сторону последних. Превалирование в потоке рекламы сообщений суггестивного характера.</p> <p>Диалог – не только вопросно-ответная форма мышления, а способ реализации функций журналистики. Творчество как поступок (концепция М.М. Бахтина). Диалогичность – необходимый атрибут и условие жизнеспособности системы массово-коммуникационного обмена информацией в обществе.</p> <p>Интерактивность в журналистике как одна из форм организации и проявления диалоговых отношений с аудиторией. Технологическая революция в журналистике: использование в практике деятельности СМИ современных мультимедийных технологий, возможностей Интернета, мобильной связи и т.д.</p> <p>Проект “Интерактивность”: задачи, технологии реализации, эффективность. Системное изучение читательской аудитории. Оценка качества как газеты в целом, так и материалов конкретных журналистов. Предоставление информации, полезной для рекламодателей. Мероприятия по повышению популярности СМИ в городе, области, регионе. Система еженедельных опросов. Понятие «читательский редактор». Автоинформаторы. “Вопросы недели”.</p> <p>Продвижение масс-медиа в Интернете Веб-редакторы и веб-журналисты. Особенности веб-дизайна СМИ. Интернет-журналистика как феномен XXI века. Гипертексты и особенности жанров Интернет-журналистики. Заочный спор Интернета и традиционных СМИ за приоритеты</p>

		<p>информирования общества. Психологические особенности представителей различных социумов как потребителей интернет-информации. Образование в России с развитием Интернета новых форматов массово-коммуникационных ресурсов, как правило, интерактивного свойства.</p> <p>Практика выхода на наиболее актуальные для читателя, слушателя, телезрителя темы с помощью аудитории. Письма в редакцию. «Горячий телефон», «Прямая линия», «Вас слушают», «Диалог в прямом эфире» и т. д. Технология организации подобного рода диалоговых отношений.</p> <p>Тема диалога. Фактологический материал. Функция информирования аудитории. Функция фокусирования общественного мнения. Принцип персонификации информации и тематический принцип.</p> <p>Роль средств массовой информации в выявлении общественного мнения. Функция удовлетворения утилитарных информационных потребностей аудитории. Выполнение средствами массовой информации функции передачи общественного мнения в управленческие структуры. Проблема манипулирования данными оперативного характера (искажение информации, частичное освещение фактов, сокрытие намерений коммуникатора или его зависимости, эксплуатация влечений и интересов аудитории и т.д.).</p> <p>Традиции «разговорного радио» в современном FM-вещании. Ток-шоу на телевидении: тенденции развития, противоречия. «Технологичность» различных форм оперативной связи с аудиторией.</p> <p>Взаимосвязь общего механизма поэтапного планирования «интерактива», стратегии деятельности СМИ с технологическими приемами, способствующими:</p> <ul style="list-style-type: none"> • привлечению внимания как можно большего числа представителей аудитории к данной акции СМИ; • изучению мнений, суждений, характеризующих аудиторию в контексте данной проблемной ситуации; • выбору адекватных реальной ситуации средств реализации коммуникативного контакта; • установлению доверительного контакта; • реализации утилитарных интересов аудитории и отдельных индивидов.
<p>Р.5.Т.10.</p>	<p>Игрореализация в современной журналистской практике</p>	<p>Игрореализация как новое явление для современной отечественной массово-коммуникационной практики. Природа и характер эмоциональных оценок продукции СМИ. Игра как возможность увидеть процессы творчества и со-творчества как бы “в разрезе”, воссоздать их технологии для достижения конкретных целей и результатов. Культурологическое значение трудов Л.С. Выготского, Й. Хейзинги, Э. Берна.</p>

		<p>Общность игры и массово-коммуникационной деятельности и их функциональные противоречия. Игрореализация в журналистике как форма “свободной деятельности”, выходящей за рамки “обыденной жизни”, и импровизации. Процессуально и творчески обусловленные коммуникативные ситуации игрореализации в СМИ. Нормативная игрореализация, эксперименты, собственно игры. Понятие контекстной модели игрореализации в СМИ.</p> <p>Игрореализация как одна из форм деиндивидуализации личности. Характер возможности и целесообразности прагматического моделирования технологий игрореализации в массово-коммуникационной деятельности. Свободные, импровизационные и творческие виды игровой журналистской деятельности.</p> <p>Процессуально обусловленные коммуникативные ситуации игрореализации. Псевдоигра как феномен. Хэппенинг – форма и способ импровизационной деятельности безличного коммуникатора.</p> <p>Элементы планируемых СМИ коммуникативных ситуаций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • контекст публикации; • участники коммуникации; • оформление и решение организационных задач; • предполагаемый результат <p>Планирование информационного дискурса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • агенты процесса; • новые ассоциативные связи событий и фактов; • тиражирование версий. <p>Разделение информационного потока на три разных, с точки зрения потребителей, класса: «навязываемые» сообщения, «предпочитаемые» и «требуемые». Конъюнктурные сдержки свободы мнений.</p> <p>Творчески обусловленные коммуникативные ситуации игрореализации и «игровая депривация» (психологический дискомфорт). Ситуации нормативной игрореализации («роли», «маски» журналистов). Приемы «ролевого участия», активно используемые в журналистской практике:</p> <ul style="list-style-type: none"> • «эксперимент поневоле»; • «эксперимент на себе»; • «журналист в роли... (клиента, пассажира, больного)»; • «перемена профессии»; • «деятельный работник»; • «внедрение»; • «подставная фигура» и т.д.
--	--	---

		<p>Эксперимент как один из видов игрореализации. Механизмы конструирования искусственных импульсов (приемы журналистского экспериментирования):</p> <ul style="list-style-type: none"> • «кто меня остановит?»; • «по следам»; • «комиссия»; • «положительный образец»; • «руководитель службы в роли ее клиента»; • «экспертная оценка»; • «меченые атомы»; • «симуляционный метод»; • «чистый» эксперимент». <p>Собственно игры в СМИ. Выполнение ими не только изначально свойственной развлекательной роли, но и просвещения аудитории, ее воспитания и реализация ряда других функций.</p> <p>Типология данного рода игр в СМИ: развлекательные; интеллектуальные; имиджевые. Сотворчество в игрореализации.</p>
<p>Р.5.Т.11.</p>	<p>Социально-психологическое моделирование деятельности коммуникаторов</p>	<p>Технологический и социально-психологический аспекты взаимодействия периодической печати, радио, телевидения с индивидуальными респондентами. Моделирование деятельности коммуникаторов различного типа как научно-практическая проблема. Традиционные и новейшие подходы.</p> <p>Полемика – острый спор, борьба, столкновение двух или нескольких субъектов по какому-либо вопросу, когда каждый отстаивает свою правоту. Специфика полемики в средствах массовой информации. Психологический подтекст.</p> <p>Типология: полемика в устной и письменной формах; заранее подготовленная и возникшая стихийно; полемика между двумя или другим строго определенным количеством спорящих; фокусированная и рассеянная; градация по степени агрессивности или наступательности участников полемического обсуждения. Роль журналиста-модератора.</p> <p>Логический аспект организации и ведения полемики в СМИ: проponent, оппонент, аудитория, ситуационные элементы. Три основных этапа – подготовка; непосредственное взаимодействие проponentа и оппонента; анализ результатов (выполнение организационных решений). Планирование полемических обращений. Этапы организации и ведения полемики. Опыт различных средств массовой информации и журналистов (по выбору студента).</p> <p>Типичные ошибки при организации и проведении полемики в СМИ: нарушение требования последовательности, бездоказательность и т.д. Составляющие модели</p>

		<p>прагматического взаимовлияния. Фокусированная полемика. Прагматически организованное воздействие на эмоции человека.</p> <p>Социально-психологическая модель коммуникатора как совокупность социально-демографических, личностно-психологических, профессионально-творческих, нравственно-гражданских и ряда других качеств. Модели безличного и индивидуального коммуникаторов.</p> <p>СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ И ИНДИВИДУАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ. Пол, возраст, уровень и тип образования, опыт прошлой работы, журналистский опыт, внешние данные и т.д. и т.п. “Гляжусь в него, как в зеркало...” Почему в творческих вузах конкурс проводится в несколько туров?</p> <p>ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ КАЧЕСТВА. Типы личности, темперамент, характер. Особенности психических процессов (память, внимание). Интуиция творческой личности. Информационное поле общения. Соционика и журналистика. Отечественная и зарубежная типологическая практика.</p> <p>СОЦИАЛЬНО-ГРАЖДАНСКИЕ КАЧЕСТВА И ВНУТРЕННИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ. Апеллирование к социально-гражданским качествам личности, аудитории в целом. Учет общих субъективных характеристик индивидуумов (мировоззренческие, политические, идеологические ориентации и установки, самосознание как совокупность осознанных потребностей и заявленных интересов, а также ценностных ориентаций, традиций и обычаев, настроений, мнений, в которых отражается отношение индивида или условной группы аудитории к себе и своему месту в обществе). Социальная ответственность, объективность, принципиальность, неподкупность, выражение плюрализма мнений, существующих в обществе, патриотизм. Волевые характеристики – работоспособность, трудолюбие, личное мужество и т.д.</p> <p>ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКИЕ КАЧЕСТВА И СОЦИАЛЬНЫЕ РОЛИ КОММУНИКАТОРА. Профессионально-психологические качества. Коммуникабельность, умение ориентироваться в обстановке, оперативность, высокая степень освоения профессиональных и специальных умений и навыков, способность работать в любых условиях, профессиональный фанатизм. Компетентность, широта кругозора, способность к импровизации, хорошее владение литературным языком, устной речью и т.д. и т.п.</p> <p>Универсализм и журналистская специализация. Имидж и ампула журналиста. Модификация социально-психологической модели коммуникатора для различных специализаций: хроникер, репортер, очеркист, аналитик, публицист, обозреватель по определенным вопросам, колумнист, “художник”, “блоттер” (писака), “бодиснатчер”, “буммейстер”, “шоумен”, “PR-ман”, “реклам-бой”, менеджер, работник</p>
--	--	--

		<p>секретариата, выпускающий и так далее. Актуальные проблемы формирования современной профессиональной культуры журналистов.</p> <p>Процесс сознательного нарушения диалоговых отношений в деятельности СМИ – проблема манипулирования аудиторией. Психологические и социально-психологические аспекты информационной безопасности. Основные направления описания современной практики манипулирования. Популизм как медиа-феномен. Сенсация. Дезинформирование. Блеф в политике. Недобросовестная реклама, и т.п.</p> <p>Профессиональные стандарты в журналистике как «лекарство от манипуляций».</p>
<p>Р.5.Т.12</p>	<p>Психология рекламы</p>	<p>Реклама: определения и термины. Коммерческая, социальная, политическая реклама. Подвиды современной рекламы. Традиции изучения воздействия рекламных текстов на мозг человека, а также на особенности восприятия людьми отдельных выразительных средств. Реклама и манипуляция.</p> <p>Историко-методологический анализ изучения рекламы как вида массовой коммуникации. «Немецкая» и «американская» традиции в психологии рекламы. Исследования отечественных авторов в данной области.</p> <p>Манипулятивные приемы и технологии. Манипуляция массовым сознанием при посредстве массмедиа как один из способов информационного «господства». Подавления воли людей путем воздействия на них через программирование определенных поведенческих реакций. С. Г. Кара-Мурза и Б. Н. Лозовский о симптомах и признаках скрытой манипуляции. Специфика использования манипулятивных приемов и технологий в рекламе различных продуктов и услуг. Особенности рекламы лекарственных средств и препаратов.</p> <p>Прямые или косвенные нарушения. Ненадлежащая реклама: недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная, скрытая. Примеры новейшей практики и комментариев.</p> <p>Специфика разработки рекламных обращений. Миф о 25 кадре: кому и зачем это нужно было?</p> <p>Особенности восприятия рекламных текстов. Социальная составляющая рекламной деятельности. Методологические аспекты анализа восприятия рекламных сообщений потребителями. Когнитивный (познавательный) уровень. Осознанное восприятие, обработка и сохранение информации. Аффективный (эмоциональный) уровень – возникновение эмоционально окрашенного отношения к рекламе. Конативный (мотивационный) уровень – взаимодействие с рекламой субъекта на личностном, бессознательном уровне.</p> <p>Разработка в процессе развития психологического знания о потребителях рекламы лаконичных формул: AIDA и AIDMA описывающих поведение человека по отношению к товару.</p> <p>Внимание — Интерес — Желание — Мотивация — Действие.</p>

		<p>Развитие этой отрасли знаний Д. А. Леонтьевым. Моделирование рекламной деятельности. рекламы.</p> <p>Грамотное использование эпатажа как технологии привлечения или удержания внимания потребителей. Китч. Шок. Профессионализм-непрофессионализм рекламных крейтеров (конкретные примеры).</p>
<p>Р.5.Т.13.</p>	<p>Информационно-психологическая культура СМИ: текст, смысл, эмоции</p>	<p>Количество и качество знаний в обществе. «Информационный взрыв». Проблема формирования и развития информационной культуры журналистского сообщества. Выразительные средства в аудиовизуальных и печатных СМИ. Шрифт как основной носитель информации в печатном издании: специфика, особенности, тенденции развития шрифтовой культуры. Цвет и художественные образы, ассоциации, создаваемые с его помощью в продуктах СМИ. Важность фактора бессознательного при восприятии.</p> <p>Психологические особенности массово-информационных текстов. Роль смысловой экспрессии в создании эмоционального облика текста. «Книга стилей»: понятие, сущность, задачи. Использование «эффектов слогана».</p> <p>Психологические особенности восприятия массово-коммуникационных текстов. Социально-психологические критерии их оценки. Значимость темы. Масштаб и значимость проблемы. Оперативность. Сенсация, но не «утка». Что такое псевдоинформация?</p> <p>Форма журналистского материала: жанр, сюжет, композиция, образы, лексика, стиль. Специфическая структура медиа-текстов: протекст (изначальный замысел, задумка автора); контекст (активизация знаний, содержащихся в памяти аудитории, близость ей описываемых событий); затекст (атмосфера формирования текста); подтекст (неявные намерения автора); message (subliminal message – действующее на подсознание послание, глубинный смысл). Психологическая значимость и функции заголовков в периодической печати, а также названий передач или циклов в электронных СМИ.</p> <p>Газета, журнал, любое другое средство массовой информации – зеркало для героев. Эффективная практика СМИ по поиску незаметных или неизвестных большинству аудитории «героев» (на выбор студента). Традиции русской дореволюционной и советской журналистики, современный “гуманистический потенциал” СМИ. Журналистские жанры: психологический аспект.</p> <p>Методы социально-лингвистического моделирования текстов масс-медиа. Дискурсивный подход к анализу коммуникационной практики. Газетные тексты как предмет междисциплинарного научного интереса. Информационный менеджмент и психология журналистики: точки соприкосновения. Процесс формирования информационного пространства России.</p>

<p>P.5.T.14.</p>	<p>Новые информационные технологии: социально-психологический аспект</p>	<p>Развитие информациологии – научной дисциплины, отслеживающей влияние новейших технологий сбора, обработки, передачи, хранения и использования информации, а также различных продуктов информационного творчества на социумы и отдельного человека. Субкультура современного российского Интернет-сообщества как основа для формирования информационной культуры всего российского общества. Основные его нормы и ценности в контексте развития структуры социальной стратификации, изменения социальных ролей участников массово-коммуникационных процессов. Диалогичность как основной атрибут развития открытого общества в России.</p> <p>Проблема формирования профессиональной культуры журналиста с учетом тенденций развития новых информационных технологий. Стирание различий между журнализмом и не журнализмом. Развитие массовой коммуникации по канонам, свойственным различным видам искусства.</p> <p>Возможности “прямого эфира” телевидения и радио. Режим “он-лайн” периодических изданий: преимущества и недостатки. Телетекст как форма оперативного информирования аудитории. Электронные методы анализа аудитории СМИ. Изменение способов доставки газет. Сетевая пресса как особый тип СМИ. Новости в Интернете: диктат или право на свободный выбор? Возможности "карманного" Интернета. Новый инструментарий журналистов. Совершенствование способов передачи и подачи новостей.</p> <p>Симбиоз ранее различных по типологии и способу передачи информации СМИ. Обретение Сетью «миссии». Блоги как одна из форм проявления конвергентности СМИ и Интернета. Роль мобильной связи в современной журналистской практике. Почтовые и библиотечные функции Интернета и мобильной связи. Возможности традиционных СМИ как формы индивидуальных коммуникаций. Группы по интересам в сети Интернет: субъект или объект массово-коммуникационной деятельности? Влияние Интернета на журналистский стиль в газетных текстах, звучащей на радио и телевидении речи. Проблема избыточности информации.</p> <p>Основные тенденции новой медиалогии. Творческая активность как главная характеристика журналистской деятельности в любые времена. Мобильные возможности гражданской журналистики и направления ее развития. Использование новых технологических возможностей. Блоггинг с места события. Использование микроблоговых платформ. Записи в социальных сетях. Осуществление прямой видео-трансляции с места событий посредством смартфонов. Факторы эффективности возможностей гражданской журналистики. Новейшие тенденции развития информационных социумов.</p> <p>Дальнейшие перспективы развития психологических знаний о современных массово-коммуникационных процессах.</p>
-------------------------	--	--

--	--	--

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Воспитание поликультурности и толерантности	профориентационная деятельность	Технология самостоятельной работы	ПК-7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	П-1 - Применять принципы социальной ответственности в оценке эффектов и последствий профессиональной деятельности при создании и распространении медиатекстов или иных коммуникационных продуктов

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Психология журналистики

Электронные ресурсы (издания)

- Олешко, В. Ф.; Психология журналистики : учебное пособие.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2014; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276355> (Электронное издание)
- Дзялошинский, И. М.; Современное медиапространство России : учебное пособие для вузов.; Аспект Пресс, Москва; 2017; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457334> (Электронное издание)
- , Корконосенко, С. Г.; Теория журналистики в России : коллективная монография.; Алетейя, Санкт-Петербург; 2018; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488271> (Электронное издание)
- Гуревич, П. С.; Психология : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118130> (Электронное издание)

Печатные издания

- Олешко, В. Ф.; Психология журналистики : учеб. пособие.; Изд-во Михайлова В. А., Санкт-Петербург; 2006 (20 экз.)
- Харрис, Р., Рысев, С., Орданская, Л.; Психология массовых коммуникаций; Прайм-ЕВРОЗНАК, Санкт-Петербург; 2003 (10 экз.)
- Кирия, И. В.; История и теория медиа : [учебник для вузов].; Издательский дом Высшей школы

экономики, Москва; 2020 (2 экз.)

4. Олешко, В. Ф.; СМИ как медиатор коммуникативно-культурной памяти; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2020 (4 экз.)

5. Андреева, Г. М.; Социальная психология : учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности "Психология".; Аспект Пресс, Москва; 2008 (1 экз.)

6. Гиппенрейтер, Ю. Б.; Введение в общую психологию (курс лекций) : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности психологии.; ЧеРо : ОМЕГА-Л : Московский психолого-социальный институт, Москва; 2005 (2 экз.)

7. Лурия, А. Р.; Лекции по общей психологии : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальностям психологии.; Питер, Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.]; 2006 (1 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Психология журналистики

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc

2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p>	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p>	Не требуется
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p>