

Министерство культуры Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»
(ХГИК)

Кафедра культурологии и музеологии

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной,
научной и международной
деятельности

_____ Е.В. Савелова

«11» мая 2021 г.

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В СИСТЕМЕ КУЛЬТУРЫ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Уровень бакалавриата
(2021 год набора
очная форма обучения)

Направление подготовки
51.03.01 Культурология

Профиль подготовки
Сетевая культура и социальные коммуникации

Хабаровск
2021

Составитель:

Мизко Оксана Александровна, кандидат культурологии, доцент кафедры культурологии и музеологии

Рабочая программа дисциплины «Средства массовой информации в системе культуры» рассмотрена и одобрена на заседании кафедры культурологии и музеологии «05» мая 2021 г., протокол № 9.

Содержание

1. Общие сведения о дисциплине	4
1.1. Наименование дисциплины.....	4
1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
1.3. Цель освоения дисциплины.....	4
1.4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.....	4
2. Объем и содержание дисциплины.....	5
2.1. Объем дисциплины.....	5
2.2. Тематический план дисциплины	6
2.3. Краткое содержание разделов и тем.....	8
3. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	10
3.1. Планы семинарских и практических занятий.....	10
3.2. Задания для самостоятельной работы студентов.....	22
4. Методические указания по освоению дисциплины.....	23
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.....	25
5.1. Перечень компетенций и этапы их формирования.....	25
5.2. Показатели и критерии оценивания компетенций.....	26
5.3. Материалы для оценки и контроля результатов обучения.....	28
5.4. Методические материалы по оцениванию результатов обучения....	28
6. Ресурсное обеспечение.....	32
6.1. Основная и дополнительная учебная литература.....	32
6.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	33
6.3. Информационные технологии, программное обеспечение и	
информационные справочные системы.....	34
6.4. Материально-техническая база.....	35
7. Воспитательная работа.....	36
8. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	37

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ДИСЦИПЛИНЕ

1.1. Наименование дисциплины

Рабочая программа дисциплины «Средства массовой информации в системе культуры» предназначена для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 51.03.01 «Культурология», профиль подготовки «Сетевая культура и социальные коммуникации», квалификации (степени) «бакалавр», в том числе для инклюзивного образования инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования, утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 06.12.2017 г. № 1177.

1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Средства массовой информации в системе культуры» (Б1.В.04) входит в блок дисциплин вариативной части, формируемой участниками образовательных отношений рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 51.03.01 «Культурология». Она коррелирует с дисциплиной «История культуры и искусства XX-XXI веков». Для освоения дисциплины бакалавры используют знания, умения, навыки, сформированные в процессе таких дисциплин, как «Русский язык в деловой коммуникации», «Основы культурологии».

1.3. Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины – учебная дисциплина «Средства массовой информации в системе культуры» нацелена дать студентам общее представление об информационных процессах, происходящих в социуме, об освещении культурной сферы в средствах массовой информации, определить принципы, приемы и механизмы регулирования информационных процессов в обществе, а также выработать умения и навыки у студентов, необходимые для осуществления взаимодействия со СМИ.

1.4. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты практической деятельности, обеспечивающие формирование компетенций
Профессиональные компетенции		
ПК-3. способность к созданию и реализации культурно-	ПК-3.1. Знать: - основные принципы создания и реализации культурно-образовательных программ; - основные принципы	ПК-3.1. Знать: - функции СМИ в системе культуры, классификацию современных СМИ, законы, регулирующие деятельность

образовательных программ в системе массовых коммуникаций	функционирования системы печатных и электронных средств массовой коммуникации; - основы культуры массовых коммуникаций.	СМИ; - психологические, культурологические законы медиации; - основные идеи и концепции ведущих ученых в истории СМИ и в современной медианауке.
	ПК-3.2. Уметь: - создавать музейно-педагогические программы и культурно-образовательные проекты, ориентированные на различные группы посетителей, с учетом современных образовательных технологий; - подбирать и использовать средства массовой информации для реализации культурно-образовательных программ, для распространения рекламы, проведения рекламных и PR-кампаний, для продвижения учреждений культуры.	ПК-3.2. Уметь: - выстраивать межличностные и межкультурные коммуникации в профессиональной сфере; - применять теоретические знания в области СМИ для анализа своего профессионального опыта и анализа деятельности организации; - создавать и реализовывать социально-культурные программы в системе массовой информации.
	ПК-3.3. Владеть: - навыками разработки и реализации культурно-образовательных программ; - основами культуры массовых коммуникаций; - основными практиками современных массовых коммуникаций для организации рекламных и PR-кампаний с целью продвижения культурно-образовательных программ.	ПК-3.3. Владеть: - навыками работы с традиционными и новыми информационными технологиями, навыками оценки и анализа языка современных СМИ; - навыками анализа и интерпретации конкретных ситуаций в системе медиакультуры; - навыками организации своего интеллектуального труда с учетом методологических идей и концепций медиазнания.

2. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины

Вид учебной работы	ОФО		ЗФО	
	Всего часов	Семестр	Всего часов	Курсы:
Контактная работа (всего)	58	5,6	-	-
В том числе:				
- лекции (ЛЗ)	24	5,6	-	-
- семинары (СЗ)	14	5,6	-	-
- практические (ПЗ)	20	5,6	-	-
- групповое консультирование (Г)	-	-	-	-

- индивидуальные (ИЗ)	-	-	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	122	5,6	-	-
СРС	96	5,6	-	-
КОНТРОЛЬ	26	5,6		
в том числе:				
- подготовка курсовой работы	-	-		
- текущий контроль	13	5,6		
- подготовка к зачету, экзамену	13	5,6		
Общая трудоемкость: (всего зач. ед./кол-во часов по ФГОС)	5 / 180	5,6	-	-
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	семестр:		курсы:	
Зачет	3 курс (5 семестр)		-	
Экзамен	3 курс (6 семестр)		-	

2.2. Тематический план дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов									
		Всего часов по ФГОС	Контактная работа					Самостоятельная работа студентов			
			Всего аудиторных часов	ЛЗ	ПЗ	СЗ	Г	Всего часов СРС	СРС	контроль СРС	
										текущий	промежуточный
Раздел 1. СМИ как социокультурная система											
1.1.	СМИ как ключевой компонент медиасистемы. (ПК-3)	5	2			2		3	2	1	
1.2.	Коммерческие и рекламные СМИ (ПК-3)	8	3	2	1			5	4	1	
1.3.	Обслуживающие СМИ (ПК-3)	7	2	2				5	4	1	
1.4.	Российские медиахолдинги (ПК-3)	7	3	2	1			4	4		
Раздел 2. Виды СМИ											
2.1.	Периодическая печать как социокультурный объект (ПК-3)	9	4	2	2			5	4	1	

2.2.	Культурные особенности современного радиовещания (ПК-3)	9	4	2	2			5	4	1	
2.3.	Телевидение: структурно-функциональные аспекты (ПК-3)	9	4	2	2			5	4	1	
2.4.	Информационные агентства (ПК-3)	8	4		2	2		4	3	1	
2.5.	Российские СМИ в Интернете (ПК-3)	6	2	2				4	3	1	
	Зачет	4						4			4
	Итого за 5-й семестр:	72	28	14	10	4	-	44	32	8	4
Раздел 3. СМИ в системе межкультурных коммуникаций											
3.1.	Информационное общество и средства массовой информации (ПК-3)	21	4	2	2			17	16	1	
3.2.	СМИ как канал межкультурной коммуникации (ПК-3)	28	11	3	3	5		17	16	1	
3.3.	Сущность и предпосылки медиации (ПК-3)	21	4	2	2			17	16	1	
3.4.	Система СМИ в России и ее культурный потенциал (ПК-3)	29	11	3	3	5		18	16	2	
	Групповое консультирование к экзамену	-	-				-				
	Экзамен	9						9			9
	Итого за 6-й семестр:	108	30	10	10	10	-	78	64	5	9
	Всего часов:	180	58	24	20	14	-	122	96	13	13

2.3. Краткое содержание разделов и тем

Раздел 1. СМИ как социокультурная система.

Тема 1.1. СМИ как ключевой компонент медиасистемы.

Типология СМИ. Процессы глобализации, коммерциализации, монополизации, визуализации, демассификации, конвергенции, виртуализации, дегуманизации и др. в средствах массовой информации XXI века. Общие закономерности развития системы СМИ. Основные тенденции формирования и функционирования современных СМИ. Системные характеристики СМИ.

Тема 1.2. Коммерческие и рекламные СМИ

Понятие качественных коммерческих СМИ на примере газеты Коммерсантъ (региональной вкладки), журналы Коммерсантъ-Власть, Коммерсантъ-Деньги, цифрового СМИ kommersant.ru, а также тематических приложений. Другие качественные СМИ в секторе печати – газета «Ведомости», Российская бизнес-газета, в секторе радио – «Европа плюс», «Эхо Москвы», и др. Качественные СМИ в секторе телевидения – «РБК ТВ» и др. Качественные цифровые СМИ: rbcdaily.ru, rbc.ru, top.rbc.ru.

Рекламные СМИ как переходные между коммерческими и обслуживающими (как правило, рекламно-информационные).

Тема 1.3. Обслуживающие СМИ

Обслуживающие государственные газеты: «Известия», «Российская газета» и др. В секторе электронных СМИ: телевидение – телеканал «Первый канал», телеканал «Россия1», «Россия 2», «Россия К», «Россия 24», «Пятый канал – Петербург» и др.; радиостанции – «Радио России», «Маяк», «Радио Культура», «Вести FM» и др. Обслуживающие государственные цифровые СМИ: 1tv.ru, rusnovosti.ru, 5-tv.ru, rg.ru, vesti.ru, strana.ru, smi.ru, izvestia.ru и другие. Обзор государственных СМИ на региональном уровне.

Тема 1.4. Российские медиахолдинги

Отечественные медиахолдинги как феномен. Медиахолдинги как собственность информационно-промышленных концернов. Холдинги: «Коммерсантъ», «Газпром-Медиа Холдинг», «News Media», «Комсомольская правда», «Национальная Медиа Группа», ВГТРК, «Проф-Медиа», «Дождь», «Московский комсомолец». ИТАР-ТАСС, Интерфакс, РИА-Новости как медиахолдинги. Место российских ИА на международном информационном рынке.

Раздел 2. Виды СМИ.

Тема 2.1. Периодическая печать как социокультурный объект

Аудиторный фактор трансформации печатной прессы. Общероссийские газетные издания. Экономическая модель российской газетной прессы. Региональная печать. Газетный киоск будущего. Журнальный рынок России.

Тема 2.2. Культурные особенности современного радиовещания

Аудиторный фактор трансформации печатной прессы. Общероссийские газетные издания. Экономическая модель российской

газетной прессы. Региональная печать. Газетный киоск будущего. Журнальный рынок России. Крупнейшие российские радиохолдинги. Система форматов радиостанций (типологии Шереля, Бубукина, Вартановой). Анализ контента сайта «Авторадио-Хабаровск».

Тема 2.3. Телевидение: структурно-функциональные аспекты

Классификация ТВ. Типы подключения к тв-сигналу в России. Эфирное ТВ. Зоны эфирного телевидения России. Организационно-правовые формы российских телеведущих. Федеральные телеведущие России. Собственное вещание региональных телеканалов России, его объем. Кабельное и спутниковое ТВ.

Тема 2.4. Информационные агентства

Структурные характеристики агентств. История информагентств России. Система информагентств. ИТАР-ТАСС, РИА-Новости (реорганизовано в международное ИА «Россия сегодня», декабрь 2013), Интерфакс, Российское агентство науки и технологий «РИА Наука», Агентство спортивной информации «Р-Спорт», РосБизнесКонсалтинг, ИА REGNUM, Росбалт, ИА Дейта и др. История зарубежных информагентств. Старейшее в мире, крупнейшее французское информационное агентство – Франс Пресс (Agence France-Presse, AFP), Associated Press – новостное агентство США, Thomson Reuters – крупнейшее в мире международное агентство новостей и финансовой информации (Англия), UNI – United News of India, одно из ведущих новостных агентств Индии, Информационное агентство «Синьхуа» (Китай) и др.

Тема 2.5. Российские СМИ в Интернете

Интернет – многофункциональная система. Главные функции интернета. Российские средства массовой информации в интернете: российские газеты и журналы в интернете; информагентства в интернете. региональные и местные издания в глобальной сети; российское РВ и ТВ в интернете.

Раздел 3. СМИ в системе межкультурных коммуникаций

Тема 3.1. Информационное общество и средства массовой информации

Глобализация как важнейший фактор развития информационной сферы. Основные тенденции формирования и функционирования современных средств массовой информации. Системные характеристики СМИ. Печатные СМИ. Аудитория печатных СМИ. Электронные СМИ. Особенности современного радиовещания. Телевидение и журналистика. СМИ в Интернете. Информационные агентства. Пользователи интернет-СМИ. Системные и специфические признаки интернет-СМИ.

Тема 3.2. СМИ как канал межкультурной коммуникации

Роль медиа-текстов в межкультурном диалоге. Ценностные ориентации в обществе и СМИ. Влияние СМИ на формирование системы ценностей. Создатель сообщения в СМИ как посредник в межкультурном общении. Проблема понимания. Зависимость адекватности понимания и эффективности межкультурного взаимодействия от особенностей

посредника. Концепция А.А. Леонтьева о факте и событии действительности: субъективное и объективное начало в журналистике. Проблема восприятия. Личностные и профессиональные качества журналиста. Ответственность посредника в МКК. Закон «О средствах массовой информации».

Тема 3.3. Сущность и предпосылки медиации

Медиация как процесс опосредующего преобразования действительности в новостную информацию СМИ. Вербализация действительности как процесс ее дискретного преобразования. Информационно-семиотический перевод континуума действительности в вербальную и/или вербально-визуальную форму. Вариативная интерпретация действительности (А.Н. Баранов, П.Б. Паршин). Философско-гносеологическое основание лингвистической вариативности (А.Н. Баранов)

Предпосылки медиации в лингвофилософском и семиотическом аспекте. Коммуникативные условия медиации.

Степень посредничества СМИ в когнитивном взаимодействии индивида с миром действительности. Классификация основных имиджей по О.В. Зернецкой: окно, открытое навстречу событиям (не вмешательство в процесс); зеркало событий в обществе и мире (правдивое изображение); фильтр, вратарь или сторож (отбираются одни факты и мнения, но умышленно или неумышленно утаиваются другие взгляды и голоса); указатель пути, гид или переводчик («разжевывают» то, что в ином случае может показаться загадочным или фрагментарным); экран или барьер (отсекают нас от действительности, навязывая фальшивый взгляд на мир через фантазию или пропаганду). Концепция коммуникативных имиджей СМИ Д. Мак-Куэйла.

Тема 3.4. Система СМИ в России и ее культурный потенциал

Региональная и национальная специфика СМИ. Многообразие информационно-коммуникационных моделей. Российские СМИ в глобальном, региональном и национальном контекстах. Основные тенденции функционирования СМИ России. Аудитория и типологический вектор общероссийских, региональных и местных СМИ. Функционирование российских СМИ в системе культуры.

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1.1. Планы семинарских занятий

Семинар № 1. Системные характеристики СМИ

Вопросы:

1. Типологические характеристики СМИ.
2. Меняющиеся типологические параметры.
3. Система СМИ, её структурные элементы и среда.

4. Аудитория и типологический вектор региональных и местных СМИ.
5. Анализ пяти разных видов СМИ (федеральных и региональных).
6. Новые грани и границы типологии: пресса финансовая и бульварная.
7. Глобализация и СМИ.

Семинар № 2. Информационные агентства

Вопросы:

1. Структурные характеристики агентств.
2. История информационных агентств России.
3. Российские СМИ в интернете.
4. Особенности информагентств
5. Возникновение первых сетевых изданий в Хабаровском крае.

Семинар № 3. Типологическая характеристика Интернет-СМИ России

Вопросы:

1. Подходы к типологии интернет-СМИ.
2. Типологические характеристики современных интернет-СМИ.
3. Особенности аудитории интернет-СМИ.
4. Тенденции развития российских интернет-СМИ.

Семинар № 4. Типологическая характеристика сферы видеоблогинга

Вопросы:

1. Videоблогинг как одна из сфер интренет-журналистики.
2. Функциональная классификация видеоблогов.
3. Жанрово-тематическая классификация видеоблогов.
4. Российский сегмент видеоблогинга.

3.1.2 Планы практических занятий

1. Тема занятия: Отличия рекламных от коммерческих СМИ

Вопросы проблемно-дискуссионного характера

1. Какая из моделей чаще встречается в современном мире, в России, в Хабаровском крае? Подтвердите свой ответ примерами.
2. С чем на ваш взгляд связано большое количество коммерческих СМИ?
3. Почему рекламных СМИ практически нет в чистом виде? Обоснуйте свой ответ.
4. Какое место занимают вышеперечисленные виды на рынке СМИ Хабаровского края?

Основные понятия: коммерческие СМИ, рекламные СМИ, обслуживающие СМИ, модель СМИ.

2. Тема занятия: Российские медиахолдинги

Вопросы проблемно-дискуссионного характера:

1. Опишите систему крупнейших медиахолдингов в России. Есть ли отличие от зарубежных? Если да, то в чём?
2. Учитывая обозначенные особенности, что можно сказать о наличии медиахолдингов в Хабаровском крае? Если есть, то какие они? Что в себя включают?

Основные понятия: медиахолдинг, бизнес-медиа, холдинг

3. Тема занятия: Информационные агентства

Вопросы проблемно-дискуссионного характера (по работе Ф.Т. Маринетти «Технический манифест футуристической литературы»)

1. Проанализировать контент информационного телеграфного агентства России (ИТАР-ТАСС). Сравнить его с любым региональным сетевым СМИ.
2. В чем, на ваш взгляд, заключается принципиальное отличие региональных информагентств от федеральных?

4. Тема занятия. Проблемы совершенствования законодательства в медийной сфере

Методические рекомендации

1. Выпишите в тетрадь общее содержание статей, регламентирующих деятельность средств массовой информации в России, из Конституции РФ, Гражданского кодекса РФ, Кодекса об административных правонарушениях РФ, Уголовного кодекса РФ. При подготовке задания необходимо опираться на справочно-правовую систему «КонсультантПлюс» (www.consultant.ru) или информационно-правовой портал «Гарант» (www.garant.ru), содержащие обновленные данные по всем нормативно-правовым актам. Сопоставьте размеры штрафов, предусмотренные статьями 5.61 «Оскорбление» Кодекса об административных правонарушениях РФ, 128.1 «Клевета» Уголовного кодекса РФ.

2. Выпишите в тетрадь дату принятия, общее количество статей, разделов, последние поправки Конституции Российской Федерации. Учитывая, что первая статья Конституции РФ, закрепляет демократический статус Российской Федерации, напишите эссе о реализации демократических принципов в Российской Федерации (объем от 1 страницы А4 машинописного текста через полуторный интервал).

3. Выпишите в тетрадь дату принятия, общее количество статей, разделов, последние поправки Федерального закона «О средствах массовой информации».

4. Найдите на сайтах интернет-СМИ – lenta.ru, rbc.ru, izvestia.ru – публикации за последние полгода, в которых обсуждаются изменения в законодательстве о СМИ. Заполните табл. 1. Обсудите в группе основные изменения в отрасли.

Таблица 1

№	Название	Автор	Дата	Ссылка	Обсуждаемый
---	----------	-------	------	--------	-------------

п/п	материала		публикации		законопроект
1...					

5. Тема занятия: Телевизионные каналы России: типологические характеристики

Методические рекомендации

1. Изучите сведения о собственниках и учредителях федеральных телеканалов России. Проведите фактчекинг² информации, используя доступные источники в интернете. Выделите, а) телеканалы, собственником которых является государство, б) ведущие медиа-холдинги России, владеющие российскими телеканалами.

2. Выпишите в тетрадь³ дополнительные сведения о телевизионных каналах: 1) руководитель (ФИО лица, возглавляющего телеканал в настоящее время), 2) аудитория телеканала (возраст, социальная группа, демографические характеристики, половая принадлежность, профессиональный статус, уровень образования), 3) этапы развития (приводятся знаковые события в деятельности СМИ (минимум 4–5 шт.): год основания, переименование (если было), изменения учредителя и пр.), 4) новостная лента (подборка резонансных событий о деятельности СМИ за последние 5 лет).

3. Определите тип десяти каналов (развлекательный, познавательный, детский, музыкальный, информационно-аналитический и т. д.). Охарактеризуйте программную политику канала для каждой типологической группы. Сформируйте собственные отчеты о самых рейтинговых программах в России по следующим жанрам: «Гуманитарные программы», «Детские программы», «Ежедневные новости», «Информационно-аналитические программы».

4. Найдите в СМИ и изучите публикации, связанные со следующими событиями в медиаотрасли:

1. Март, октябрь 2012 г. Фильм «Анатомия протеста» вышел на НТВ.

2. Осень 2012. Объявлен ребрендинг телеканала «МУЗ» и его запуске под новым названием «Ю».

3. Июнь 2013 г. Новый канал «Пятница» заработал на частоте MTV с 1 июня.

4. Июль 2014. В эфире Первого канала появился сюжет о распытии мальчика в Славянске.

5. Январь 2014. Прокуратура начала проверку «Дождя» после опроса о блокаде Ленинграда.

6. Февраль 2015. Приложение Life News признано лучшим на крупнейшем саммите в области IT.

7. Март 2015. Шведская MTG Group хочет продать 39 % CTC Media – весь принадлежащий ей пакет из-за нового закона, который запрещают иностранным инвесторам владеть более чем 20 % акций в российских СМИ.

5. На основе Европейского подхода к понятию «формат телерадиопрограмм» охарактеризуйте один из тематических (специализированных) телевизионных каналов России.

Литература

1. Отраслевой доклад «Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития». [Электронный ресурс]. <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/>

2. Официальный сайт медиакомпания «СТС Медиа» [Электронный ресурс]. <http://www.ctcmedia.ru/rus/>

3. Официальный сайт «Газпром Медиа». [Электронный ресурс]. <http://www.gazprom-media.com/>

4. Официальный сайт «ЮТВ Холдинга». [Электронный ресурс]. <http://www.uthrussia.ru/>

5. Официальный сайт Национальной Медиа Группы. [Электронный ресурс]. <http://www.nm-g.ru/>

6. Официальный сайт Роспечати РФ. [Электронный ресурс]. <http://www.fapmc.ru/rospechat.html>

7. Официальный сайт Минкомсвязи РФ. [Электронный ресурс]. <http://minsvyaz.ru/ru/>

8. Официальный сайт Роскомнадзора РФ. [Электронный ресурс]. <http://rkn.gov.ru/>

9. Официальный сайт Первого канала. [Электронный ресурс]. <http://www.1tv.ru/>

10. Официальный сайт ВГТРК. [Электронный ресурс]. <http://vgtrk.com>

11. Официальный сайте телеканала «Пятница». [Электронный ресурс]. <http://www.friday.ru/>

12. Официальный сайт телеканал «СТС». [Электронный ресурс]. <http://ctc.ru/>

13. Официальный сайт ТНТ. [Электронный ресурс]. <http://tntonline.ru/>

14. Официальный сайт НТВ. [Электронный ресурс]. <http://www.ntv.ru/>

15. Официальный сайт телеканала «Ю». [Электронный ресурс]. <http://u-tv.ru/>

16. Официальный сайт Рен-ТВ. [Электронный ресурс]. <http://ren.tv/>

6. Тема занятия: Газетная периодика в России: типологическая структура и тенденции развития

Методические рекомендации

1. Опишите следующие газеты: «Российская газета» (схема типологического анализа Акопова А. И.), «Коммерсант» (схема типологического анализа Засурского Я. Н.), «Известия» (схема типологического анализа Корконосенко С. Г.), «Комсомольская правда» (схема типологического анализа Тулупова В. И.), опираясь на представленные в теоретической части схемы типологического анализа СМИ.

2. Проведите фактчекинг данных по каждому представленному ниже изданию, опираясь на следующие интернет-ресурсы: официальный сайт Роскомнадзора (<http://www.rkn.gov.ru>), ресурс по медийным рекламодателям «Медиа-атлас» (<http://www.media-atlas.ru>), интернет-ресурс о печатных СМИ (<http://www.zagolovki.ru>).

3. Заполните тетрадь, включив в нее следующие дополнительные сведения о перечисленных теоретической части газетах: а) аудитория газеты (возраст, социальная группа, демографические характеристики, половая принадлежность, профессиональный статус, уровень образования), б) этапы развития (приводятся знаковые события в деятельности СМИ (минимум 4–5 шт.); год основания, переименование (если было), изменения учредителя и пр.); в) скандальные публикации за последние 5 лет.

4. Выпишите последние (недавние) 10 новостей, касающиеся развития периодической печати, из специализированного отраслевого издания, посвященного вопросам издания и распространения печатных СМИ в России, интернет-журнала «Планета СМИ». Обсудите события в группе.

5. Прочитайте авторскую колонку Александра Гришина в «Комсомольской правде» от 12 июля 2014, ставшую поводом для дискуссий в СМИ. Проанализируйте ход дискуссии, выделив причину конфликта, аргументы оппонентов. Обоснуйте свой взгляд на возможность/невозможность появления в СМИ такого рода публикаций. Напишите эссе.

Литература

1. Интернет-ресурс о печатных СМИ [Zagolovki.ru](http://www.zagolovki.ru). [Электронный ресурс]. <http://www.zagolovki.ru/>

2. Отраслевой доклад «Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития». [Электронный ресурс]. <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/>

3. Официальный сайт газеты «Ведомости». [Электронный ресурс]. <http://www.vedomosti.ru/>

4. Официальный сайт газеты «Известия». [Электронный ресурс]. <http://izvestia.ru/>

5. Официальный сайт газеты «Коммерсант». [Электронный ресурс]. <http://www.kommersant.ru/>

6. Официальный сайт газеты «Комсомольская правда». [Электронный ресурс]. <http://www.kp.ru/>

7. Официальный сайт газеты «Московский комсомолец». [Электронный ресурс]. <http://www.mk.ru/>

8. Официальный сайт газеты «Независимая газета». [Электронный ресурс]. <http://www.ng.ru/>

9. Официальный сайт газеты «Новая газета». [Электронный ресурс]. <http://www.novayagazeta.ru/>

10. Официальный сайт газеты «Новые известия». [Электронный ресурс]. <http://www.newizv.ru/>

11. Официальный сайт газеты «РБК Daily». [Электронный ресурс]. <http://rbcdaily.ru/>
12. Официальный сайт газеты «Российская газета». [Электронный ресурс]. <http://www.rg.ru/>
13. Официальный сайт некоммерческого партнерства «Гильдия издателей». [Электронный ресурс]. <http://www.gipp.ru/>
14. Официальный сайт Роскомнадзора РФ. [Электронный ресурс]. <http://rkn.gov.ru/>
15. Ресурс по медийным рекламоносителям «Медиа-атлас». [Электронный ресурс]. <http://www.media-atlas.ru/>
16. Специализированное отраслевое издание, посвященное вопросам издания и распространения печатных СМИ в России, интернет-журнал «Планета СМИ». [Электронный ресурс]. [http:// planetasmi.ru/](http://planetasmi.ru/)
17. Типология периодической печати: учебное пособие / под ред. М. В. Шкондин, Л. Л. Реснянская. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 237 с. [Электронный ресурс]. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104068>.

7. Тема занятия: Типологическая характеристика журнального рынка России

Методические рекомендации

1. Прочитайте выдержки из статьи «Журнальная периодика: типологические характеристики» директора института масс медиа Московского государственного университета культуры и искусств Юрия Алексеевича Головина. Выпишите определения выделенных терминов.
2. Проведите фактчекинг данных по каждому изданию, опираясь на следующие интернет-ресурсы: официальный сайт Роскомнадзора¹⁸ (<http://www.rkn.gov.ru/>), ресурс по медийным рекламоносителям «Медиа-атлас»¹⁹ (<http://www.mediaatlas.ru/>), интернет-ресурс о печатных СМИ Zagolovki.ru²⁰ (<http://www.zagolovki.ru>).
3. Заполните тетрадь, включив в нее следующие дополнительные сведения о журналах: а) аудитория журнала (возраст, социальная группа, демографические характеристики, половая принадлежность, профессиональный статус, уровень образования); б) этапы развития (приводятся знаковые события в деятельности СМИ (минимум 4–5 шт.): год основания, переименование (если было), изменения учредителя и пр.); скандальные публикации за последние 5 лет.
4. Ответьте на следующие вопросы:
 1. Назовите причины сокращения тиражей в 2014 году.
 2. Почему, на ваш взгляд, сильнее всего сократились тиражи журнала Psychologies?
 3. Какие меры предпринимают издатели для изменения ситуации? Выпишите последние 10 новостей, касающиеся развития журнальной периодики, специализированного отраслевого издания, посвященного

вопросам издания и распространения печатных СМИ в России, интернет-журнала «Планета СМИ». Обсудите события в группе.

5. Прочитайте публикацию на сайте www.kommersant.ru от 13.12.2011, описывающую ситуацию с увольнением гендиректора Холдинга «Коммерсант». Найдите в СМИ публикации, в которых обсуждается резонансная публикация в «Коммерсанте». Выскажите свою точку зрения. Напишите эссе.

Литература

1. Головин Ю. А. Журнальная периодика: типологические характеристики // Вопросы теории и практики журналистики. – № 2. – 2012 г. – Байкальский государственный университет экономики и права (Иркутск). – С. 72–82.

2. Интернет-ресурс о печатных СМИ Zagolovki.ru. [Электронный ресурс]. <http://www.zagolovki.ru/>

3. Официальный сайт журнала «GQ». [Электронный ресурс]. <http://www.gq.ru/>

4. Официальный сайт журнала «Tatler». [Электронный ресурс]. <http://www.tatler.ru/>

5. Официальный сайт журнала «TheNewTimes». [Электронный ресурс]. <http://www.newtimes.ru/>

6. Официальный сайт журнала «Коммерсантъ-Деньги». [Электронный ресурс]. <http://www.kommersant.ru/money>

7. Официальный сайт журнала «Огонек». [Электронный ресурс]. <http://www.kommersant.ru/ogoniok>

8. Официальный сайт журнала «Профиль». [Электронный ресурс]. <http://www.profile.ru/>

9. Официальный сайт журнала «Русский репортер». [Электронный ресурс]. <http://www.rusrep.ru/>

10. Официальный сайт журнала «Сноб». [Электронный ресурс]. <http://snob.ru/>

11. Официальный сайт журнала «Форбс». [Электронный ресурс]. <http://www.forbes.ru/>

12. Официальный сайт журнала «Эксперт». [Электронный ресурс]. <http://expert.ru/>

13. Официальный сайт некоммерческого партнерства «Гильдия издателей». [Электронный ресурс]. <http://www.gipp.ru/>

14. Официальный сайт Роскомнадзора. [Электронный ресурс]. <http://rkn.gov.ru/>

15. Ресурс по медийным рекламоносителям «Медиа-атлас». [Электронный ресурс]. <http://www.media-atlas.ru/>

16. Специализированное отраслевое издание, посвященное вопросам издания и распространения печатных СМИ в России, интернет-журнал «Планета СМИ». [Электронный ресурс]. [http:// planetasmi.ru/](http://planetasmi.ru/)

8. Тема занятия: Типологические характеристики Интернет-СМИ России

Методические рекомендации

1. Выпишите в тетрадь примеры интернет-СМИ (не менее 3 шт. в каждую группу), которые могут быть отнесены к интернет-газетам, интернет-журналам, интернет-радио, интернет-телевидению, информационным агентствам. Законспектируйте данные, содержащие информацию о типологических схемах анализа интернет-СМИ.

2. Проведите фактчекинг данных по каждому изданию, опираясь на следующие интернет-ресурсы: официальный сайт Роскомнадзора¹ (<http://www.rkn.gov.ru/>), ресурс по медийным рекламодателям «Медиа-атлас»² (<http://www.media-atlas.ru>).

3. Заполните тетрадь, включив в нее следующие дополнительные сведения о интернет-СМИ: а) аудитория интернет-СМИ (возраст, социальная группа, демографические характеристики, половая принадлежность, профессиональный статус, уровень образования); б) этапы развития (приводятся знаковые события в деятельности СМИ (минимум 4–5 шт.): год основания, переименование (если было), изменения учредителя и пр.); скандальные публикации за последние 5 лет.

4. Найдите в СМИ и изучите публикации связанные со следующими событиями в медиаотрасли

1. Июль 2014. Слон.ру вводит платную подписку на премиальный контент.

2. Март 2015. Издание «Ведомости» провело редизайн сайта и его мобильной версии.

3. Март 2014. Перезапуск делового интернет-журнала «Секрет фирмы».

4. Март 2015. За несколько дней до церемонии награждения премии «Оскар» на сайте «Медузы» появилась игра. Читателям дается 60 секунд и набор сменяющих друг друга фотографий актеров и актрис. Вопрос простой: есть ли у него или нее «Оскар» за роль первого или второго плана? Кликаешь на одну из кнопок, картинка меняется, счет обновляется. Угадал – дают 2 очка, ошибся – вычитают 3. В конце можно сравнить свой результат с остальными игроками и поделиться им в социальных сетях.

5. Прочитайте интервью Галины Тимеченко, Ивана Колпакова, Ильи Красильщика журналу «Forbs» от 15.09.2014 г. Выпишите определение выделенных терминов. Сделайте подборку публикаций о состоянии проекта Meduza в настоящее время.

Литература

1. Амзин А. А. Новостная интернет-журналистика: учебное пособие. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 144 с. [Электронный ресурс]. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104038>

2. Интернет-СМИ «Fontanka.ru».

3. Интернет-СМИ «Gazeta.ru».

4. Интернет-СМИ «Inosmi.ru».

5. Интернет-СМИ «Lenta.ru».
6. Интернет-СМИ «M24.ru».
7. Интернет-СМИ «Rbc.ru».
8. Интернет-СМИ «Slon.ru».
9. Интернет-СМИ «Vesti.ru».

10. Интернет-СМИ: теория и практика: учебное пособие / под ред. М. М. Лукина. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 352 с. [Электронный ресурс]. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104049>

11. Коханова Л. А. Интернет-журналистика : учебник / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. – М.: Юнити-Дана, 2005. – 384 с. [Электронный ресурс]. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83269>

12. Официальный сайт Роскомнадзора РФ. [Электронный ресурс]. <http://rkn.gov.ru>

13. Ресурс по медийным рекламоносителям «Медиа-атлас». [Электронный ресурс]. <http://www.media-atlas.ru/>

9. Тема занятия: Информационные агентства как сетевые СМИ

Методические рекомендации

1. Законспектируйте выдержки из статьи Э. В. Могилевской «Типологические признаки информационных агентств в Интернете».

2. Проведите фактчекинг данных по каждому представленному ниже информационным агентствам, опираясь на следующие интернет-ресурсы: официальный сайт Роскомнадзора¹⁰ (<http://www.rkn.gov.ru/>), ресурс по медийным рекламоносителям «Медиа-атлас»¹¹ (<http://www.media-atlas.ru>).

3. Заполните рабочую тетрадь, включив в нее следующие дополнительные сведения об информационных агентствах: а) аудитория информационного агентства (возраст, социальная группа, демографические характеристики, половая принадлежность, профессиональный статус, уровень образования); б) этапы развития (приводятся знаковые события в деятельности СМИ (минимум 4–5 шт.): год основания, переименование (если было), изменения учредителя и пр.); скандальные публикации за последние 5 лет.

4. Прочитайте интервью главного редактора МИА «Россия сегодня» Маргариты Симоньян от 31.03.2014, опубликованное на сайте <http://ria.ru>. Сделайте подборку публикаций (не менее 5 шт.), касающихся современного состояния МИА «Россия сегодня».

Литература

1. Могилевская Э. В. Типологические признаки информационных агентств в Интернете // Вестник ВГУ. – Сер. Филология. журналистика. – 2008. – № 1. – Тольяттинский государственный университет. – Типологические признаки информационных агентств в Интернете. – С. 207–213.

2. Официальный сайт РИА «Новости». [Электронный ресурс]. <http://ria.ru/>

3. Официальный сайт ИА «Интерфакс». [Электронный ресурс]. <http://www.interfax.ru/>
4. Официальный сайт ИА «Росбалт». [Электронный ресурс]. <http://www.rosbalt.ru/>
5. Официальный сайт ИТАР-ТАСС. [Электронный ресурс]. <http://tass.ru/>
6. Официальный сайт REGNUM. [Электронный ресурс]. <http://www.regnum.ru/>

10. Тема занятия: Типология и тенденции развития радиостанций России

Методические рекомендации

1. Дайте определение форматам радионного вещания. Для каждого формата подберите соответствующую российскую радиостанцию.

2. Проведите фактчекинг данных по каждому радио-СМИ, опираясь на следующие интернет-ресурсы: официальный сайт Роскомнадзора 1 (<http://www.rkn.gov.ru/>), Ресурс по медийным рекламоносителям «Медиа-атлас» 2 (<http://www.media-atlas.ru>), Рекламно-консалтинговое агентство NewAgeMediaExperts (<http://www.nameradio.ru>).

3. Заполните рабочую тетрадь, включив в нее следующие дополнительные сведения о радиостанциях: а) аудитория радиостанции (возраст, социальная группа, демографические характеристики, половая принадлежность, профессиональный статус, уровень образования); б) этапы развития (приводятся знаковые события в деятельности СМИ (минимум 4–5 шт.): год основания, переименование (если было), изменения учредителя и пр.).

4. Найдите в СМИ и изучите публикации, связанные со следующими событиями в медиаотрасли:

1. Июнь 2013. Сергей Доренко покинул пост главного редактора «Русской службы новостей».

2. Ноябрь 2014. Журналист «Эха Москвы» Александр Плющев повторно извинился за «неуместное» сообщение о погибшем сыне главы администрации президента Сергея Иванова.

3. Апрель 2013. С поста директора русской службы радио «Свобода» ушла Маша Гессен.

4. Февраль 2010 г. Начала вещание радиостанция «КоммерсантъFM».

5. Прочитайте проект этического кодекса для журналистов «Эхо Москвы» по работе в социальных сетях (декабрь 2014), созданный после скандала, связанного с увольнением радиоведущего Александра Плющева. Обсудите его в группе.

Литература

1. Интернет-ресурс по медийным рекламоносителям «Медиа-атлас» [Электронный ресурс]. <http://media-atlas.ru/>

2. Официальный сайт радиостанции «Business FM». [Электронный ресурс]. <http://radio.bfm.ru/>

3. Официальный сайт радиостанции «Вести FM». [Электронный ресурс]. <http://radiovesti.ru/>
4. Официальный сайт радиостанции «Коммерсантъ FM». [Электронный ресурс]. <http://www.kommersant.ru/fm>.
5. Официальный сайт радиостанции «Маяк». [Электронный ресурс]. <http://radiomayak.ru/>
6. Официальный сайт радиостанции «Радио Свобода» (Radio Free Europe / Radio Liberty, RFE / RL). [Электронный ресурс]. <http://www.svoboda.org/>
7. Официальный сайт радиостанции «Русская служба новостей». [Электронный ресурс]. <http://rusnovosti.ru/>
8. Официальный сайт радиостанции «Эхо Москвы». [Электронный ресурс]. <http://www.echo.msk.ru/>
9. Официальный сайт радиостанции: «Говорит Москва». [Электронный ресурс]. <http://govoritmoskva.ru/>
10. Официальный сайт Роскомнадзора. [Электронный ресурс]. <http://rkn.gov.ru/>
11. Рекламно-консалтинговое агентство New Age Media Experts. [Электронный ресурс]. <http://www.nameradio.ru/>

11. Тема занятия: Медиакарта «СМИ г. Хабаровска»

1. Печатные СМИ Хабаровска.
2. Телевизионные СМИ Хабаровска.
2. Радийные СМИ Хабаровска.
3. Интернет-СМИ Хабаровска.
4. Информационные агентства Хабаровска.
5. Тенденции развития городских СМИ.

При подготовке ответа на **первый, второй, третий, четвертый вопросы** выпишите в рабочую тетрадь телевизионные, радийные, печатные, интернет-СМИ и информационные агентства города. Опишите их типологические характеристики: 1) наименование, 2) тип, 3) учредитель, 4) главный редактор, 5) аудитория 6) год основания, 7) контент.

При подготовке ответа на **пятый вопрос** сделайте презентацию одного из городских СМИ.

Круглый стол по проблемам СМИ в системе культуры на основе сериала «Черное зеркало»

1. Этические проблемы СМИ.
2. Негативное влияние СМИ на сознание людей.
3. Негативные последствия владения избыточной информацией.
4. Этические проблемы развития информационных технологий.
5. Зависимость от социальных сетей.

6. Насилие и СМИ.
7. Политика и СМИ.
8. Роль СМИ в искажении фактов действительности и др. вопросы.

Круглый стол по проблемам СМИ в системе культуры на основе художественных фильмов:

Здесь курят - <https://www.kinopoisk.ru/film/87477/place/msk/>

Плутводство - <https://www.kinopoisk.ru/film/2989/>

Шоу Трумана - <https://www.kinopoisk.ru/film/4541/>

Реквием по мечте - <https://www.kinopoisk.ru/film/367/>

Плезантвил - <https://www.kinopoisk.ru/film/plezantvil-1998-2987/>

День сурка - <https://www.kinopoisk.ru/film/den-surka-1993-527/>

3.2. Задания для самостоятельной работы студентов

Программа по дисциплине «Средства массовой информации в системе культуры» предусматривает самостоятельную работу студентов под руководством преподавателя. Задания для самостоятельной подготовки дадут возможность расширить и углубить теоретические знания, повторить и закрепить основной материал, полученный в ходе чтения лекционного курса. Формы самостоятельной работы: написание и защита реферата.

3. 2. 1. Темы рефератов по дисциплине

1. Сферы социокультурной реальности. Роль духовной сферы в жизни общества, ее влияние на социум.
2. Формирование общественного мнения прессой и его отражение в СМИ.
3. Сущность концепции «СМИ как четвертая власть».
4. Объективные и субъективные факторы искажения реальности средствами массовой информации.
5. Проблема социального конструирования реальности, роль духовно-практических комплексов культуры в этом процессе.
6. Социально-политические стереотипы, иллюзии, мифы и их воздействие на массы.
7. Деятельность средств массовой информации: отражение действительности или ее конструирование.
8. Технологические и организационно-процессуальные возможности СМИ для создания псевдореальности.
9. Техника современного мифотворчества.
10. Как создаются «герои» и «дьяволы» средствами СМИ, приемы создания «образа врага».

11. Проблемы изучения механизма мифологизации в журналистике.
12. Концепция политического мифотворчества Эрнста Кассирера ("Миф государства").
13. Мифологизация как инструмент имиджелогии.
14. Имидж политического лидера, символические характеристики как устойчивый и неизменный компонент имиджа политика.
15. Предвыборная фотогения (по Р.Барту). Приёмы создания образов политических лидеров, партий, общественных организаций.
16. Мифологические образы в современной пропаганде.
17. Понятие «манипуляция», социальное манипулирование и манипуляции сознанием публики.
18. Субъект, объект и цель манипулятивных воздействий на сознание.
19. Роль СМИ в манипуляциях сознанием.
20. Роль мифологии в манипулятивных технологиях современности.
21. Функциональная значимость деловой прессы. Специфика деловых изданий.
22. Проблема «гражданской журналистики».
23. Роль средств массовой информации в формировании гражданского общества.
24. Медиа и демократия.
25. Культуротворческая функция средств массовой информации.
26. Роль СМИ в трансляции массовой культуры.
27. Глобализм и антиглобализм в эпоху формирования информационного общества.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

При освоении дисциплины предусмотрены следующие **виды учебной работы**: лекции, практические занятия, семинарские занятия и самостоятельная работа обучающихся.

На **лекциях** дается краткий обзор основных тем курса, ставятся содержательные проблемы, выдвигаются гипотезы, намечаются перспективы развития теоретического изучения дисциплины и ее вклада в практику. Преподаватель помогает обучающимся получить общее представление о предмете изучаемого курса, знакомит с методикой работы над курсом, разъясняет наиболее трудные вопросы, ориентирует на систематическую самостоятельную работу над литературой, связывает теоретический материал с практикой будущей работы специалистов. Лекции могут также выполнять стимулирующую и развивающую функцию, способствуют актуализации

личностного интеллектуального потенциала обучающихся, формированию основ их культурной компетентности.

Семинары проводятся по предлагаемым темам. При подготовке к семинарским занятиям необходимо внимательно ознакомиться с перечнем выносимых на обсуждение вопросов, и выбрать из списка рекомендуемой литературы издания, в которых они раскрываются.

Следует уделить внимание проблемным аспектам рассматриваемых тем, вдумчиво отнестись к предлагаемым вопросам проблемно-дискуссионного характера. В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо обратить внимание на включенные в список рекомендуемой литературы источники по изучению конкретных проблемных ситуаций, существующих в современной культуре.

Практические занятия включают в себя вопросы проблемно-дискуссионного характера, основные понятия, рекомендуемые источники для аналитической работы. Тема занятия позволяет ориентироваться в направлении исследуемого на практическом занятии материала. Задания для самостоятельной подготовки дадут возможность практически освоить теоретические рекомендации, повторить и закрепить основные. Литература дает базовую теорию для выполнения практических заданий.

В учебном процессе предусматривается использование **интерактивных форм** проведения семинаров, что позволяет контролировать процесс усвоения обучающимися материала и уровня формирования соответствующих компетенций.

К интерактивным формам относятся:

Учебные дискуссии – формируют умение корректно интерпретировать и критиковать сведения, полученные в результате работы с литературой или в результате проведенного исследования; помогают овладеть понятийным аппаратом курса.

Коллоквиум – является своеобразным подведением итогов аудиторной работы обучающихся, самостоятельного изучения научной литературы, а также опытом систематизации полученных знаний, их упорядочения и вписывания в более широкий социокультурный контекст. К коллоквиуму необходимо представить подготовленный реферат, темы которых представлены в списке. Результаты углубленного изучения теоретических проблем, представленные в рефератах, могут быть впоследствии продемонстрированы на аспирантских научных конференциях.

Виртуальная экскурсия – вид творческой деятельности преподавателя и обучающегося для организации эмоционального сопереживания на занятиях при знакомстве с памятниками искусства в известных художественных и историко-архитектурных музеях мира.

Работа на семинарских занятиях (особенно в обсуждении конкретных проблемных ситуаций) предполагает моменты дискуссии, что требует включения в работу на протяжении всего занятия, внимательного и

уважительного отношения к докладчикам, корректной постановки вопросов, оспаривающих реплик и возражений.

При ответе следует учитывать регламент работы, поэтому выступления должны быть по содержанию предельно четкими и емкими. Для выступления на занятии обучающимся рекомендуется подготовить мультимедийную презентацию для иллюстрирования своего сообщения, которая может отражать необходимую информацию по теме выступления, расшифровку терминов, фото- и видеоматериалы.

Оценивание работы обучающегося на практическом занятии осуществляется по следующим критериям:

- полнота и четкость ответа;
- активность на протяжении всего занятия;
- проявление общей эрудиции и коммуникативных способностей;
- наличие корректно и грамотно подготовленной мультимедийной презентации.

– самостоятельность и полнота анализа и интерпретации текстов культуры

В процессе освоения дисциплины особое внимание уделяется самостоятельной работе обучающихся. **Самостоятельная работа** включает: освоение электронных ресурсов, изданной научной литературы и публикаций источников по соответствующим темам. При подготовке результатов самостоятельной работы обучающихся, представляемых в форме сообщений и выступлений на практических занятиях, а также рефераты по теоретическим вопросам к итоговому коллоквиуму, следует ориентироваться на следующие критерии оценивания:

- знание выбранной для изучения проблематики;
- выработка собственного отношения к рассматриваемой проблематике;
- владение научной методологией;
- умение самостоятельно работать с источниками (учебная и научная литература, сайты Internet и др.);
- умение грамотно компилировать материалы и логически их выстраивать в содержательной части работы (сообщении или реферате);
- умение грамотно оформлять и представлять результаты самостоятельной работы, в том числе в формате мультимедийной презентации.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Перечень компетенций и этапы их формирования

из Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «Культурология», профиль подготовки «Сетевая культура и социальные коммуникации», квалификация «Бакалавр».

Код	Формулировка компетенции
ПК	Профессиональные компетенции
ПК-3	способность к созданию и реализации культурно-образовательных программ в системе массовых коммуникаций

Этапы формирования компетенций:

ПК-3

Начальный этап:

Бакалавр знает функции СМИ в системе культуры, классификацию современных СМИ, законы, регулирующие деятельность СМИ; умеет выстраивать межличностные и межкультурные коммуникации в профессиональной сфере; владеет навыками работы с традиционными и новыми информационными технологиями, навыками оценки и анализа языка современных СМИ.

Прохождение этого уровня свидетельствует о достижении *начального уровня* компетенций.

Добавлено примечание ([ОМ1]): ачальног

Основной этап:

Студент знает психологические, культурологические законы медиации; умеет применять теоретические знания в области СМИ для анализа своего профессионального опыта и анализа деятельности организации; владеет навыками анализа и интерпретации конкретных ситуаций в системе медиакультуры.

Успешное прохождение этого этапа позволяет достичь *основного уровня* сформированности компетенций.

Завершающий этап:

Обучающийся знает основные идеи и концепции ведущих ученых в истории СМИ и в современной медианауке; умеет создавать и реализовывать социально-культурные программы в системе массовой информации; владеет навыками организации своего интеллектуального труда с учетом методологических идей и концепций медиазнания.

На этом этапе студент достигает *завершающего уровня* по заявленным компетенциям, т.е. осваивает весь объем необходимых знаний, умений и навыков.

5.2. Показатели и критерии оценивания компетенций

Промежуточный контроль проходит в форме зачета, оценка «зачтено» ставится при условии успешного освоения материала дисциплины, удовлетворительных ответов на семинарах, качественного выполнения самостоятельной работы обучающегося (выполнение письменных ответов на вопросы, подготовка и защита реферата), а также собеседования по вопросам, предложенным к зачету. В процессе выполнения отчетных мероприятий обучающийся должен показать способность к публичной коммуникации (демонстрация навыков публичного выступления и ведения

дискуссии на профессиональные темы, владение нормами научного языка, профессиональной терминологией).

Оценка «не зачтено» ставится при условии некачественной подготовки к семинарам, невыполнения самостоятельных заданий в течение семестра, при неудовлетворительной подготовке к собеседованию по вопросам, предложенным к зачету.

Итоговый контроль проходит в форме экзамена. Оценка «неудовлетворительно» ставится, если бакалавр не знает основные понятия и термины по предмету, не ознакомился с текстами средств массовой информации, не знает видов и форм основных СМИ, не имеет навыков анализа текстов СМИ, не готов к социокультурному диалогу.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся основы информационных процессов, происходящих в социуме; умеет анализировать информацию, связанную с представлением культурных процессов в СМИ; владеет принципами, приемами и механизмами работы со СМИ в организационно-управленческой работе, но не может анализировать их в контексте культурно-исторического развития. Ответ носит описательный характер.

Оценка «хорошо» ставится в случае, если обучающийся знает законы и принципы функционирования и работы СМИ в системе культуры; умеет использовать СМИ для продвижения своих культурологических проектов; владеет навыками самостоятельного анализа представленных в СМИ социокультурных явлений и фактов, необходимых в организационно-управленческой работе, но не может представить самостоятельные выводы или достаточное количество аргументов для состоятельности этих выводов.

Оценка «отлично» ставится в случае, если обучающийся знает направления современной социокультурной политики в сфере СМИ; умеет применять знания по дисциплине в практической деятельности, связанной с организационно-управленческой работой; владеет навыками интерпретации научного материала по культуре и социокультурной деятельности в процессе разработки культурно-образовательных программ и мероприятий в организационно-управленческой работе.

5.3. Материалы для оценки и контроля результатов обучения

Вопросы к зачету (5-й семестр)	Формируемые компетенции
1. Проблемы социальной регуляции. Способы регулятивного воздействия социума на личность, роль СМИ в этих процессах.	ПК-3
2. Социальные функции СМИ, их возможности и дисфункции.	ПК-3
3. Формирование общественного мнения прессой и его отражение в СМИ.	ПК-3
4. Сущность концепции «СМИ как четвертая власть».	ПК-3
5. Роль СМИ в конструировании социокультурной реальности.	ПК-3
6. Техничко-технологическая сфера общества и СМИ.	ПК-3
7. Экономика и СМИ.	ПК-3
8. Деловая пресса, ее роль в конструировании современного	ПК-3

социокультурного пространства.	
9. Социальная сфера жизни общества и СМИ.	ПК-3
10. Социальная журналистика, «гражданская журналистика», ее роль в обществе.	ПК-3
11. Политика, идеология и СМИ.	ПК-3
12. Культура и СМИ	ПК-3
13. Влияние СМИ на экономическую, политическую, культурную сферы социума.	ПК-3
14. СМИ в глобальных социокультурных процессах современности.	ПК-3

Вопросы к экзамену (6-й семестр)	Формируемые компетенции
1. Функции СМИ в системе культуры.	ПК-3
2. Концепты языка и культуры в контексте СМИ.	ПК-3
3. Личностные и профессиональные качества журналиста.	ПК-3
4. Психолингвистические особенности языка СМИ.	ПК-3
5. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание.	ПК-3
6. Основные принципы организации и управления СМИ.	ПК-3
7. Тенденции развития системы СМИ в РФ.	ПК-3
8. Факторы возникновения новых типов СМИ.	ПК-3
9. Классификация СМИ по характеру аудитории, по ее охвату, по стилю изложения, по территориальному признаку.	ПК-3
10. СМИ в сфере мировой художественной культуры и искусства.	ПК-3
11. Система телевидения РФ, функции телевидения в культуре.	ПК-3
12. Системные признаки СМИ.	ПК-3
13. Система журнальных изданий в РФ и их роль в культуре.	ПК-3
14. Электронные издательства и их роль в культуре.	ПК-3
15. Онлайн – журналистика.	ПК-3
16. Законы, регулирующие деятельность СМИ.	ПК-3
17. Основные компоненты СМИ.	ПК-3
18. Методы психологического воздействия в СМИ.	ПК-3

5.4. Методические материалы по оцениванию результатов обучения

Текущий контроль и самоконтроль за уровнем результативности изучения дисциплины осуществляется на практических занятиях по выступлениям по предлагаемым вопросам. Для выступающих учитывается не только качество устного сообщения или реферата, но и презентация, а для слушателей – участие в обсуждении. Дополнительно оценивается степень активности обучающихся в совместных обсуждениях и дискуссиях по

учебному материалу, эвристический характер предлагаемых ответов, вопросов, дополнений, резюме. В конце семестра оценивается качество подготовки и защита реферата на итоговом коллоквиуме.

Промежуточный контроль осуществляется ориентировочно в середине освоения программы дисциплины. Учитывается выполнение письменного ответа по одному или нескольким вопросам проблемно-дискуссионного характера и устный ответ на зачете по вопросам.

Итоговый контроль осуществляется в конце семестра на экзамене и включает в себя собеседование по вопросам.

5.4.1. Содержание текущего, промежуточного и итогового контроля результативности изучения дисциплины

1. Проверка уровня освоения учебного материала, представленного на лекционных и практических занятиях;

2. Проверка знаний и умений, полученных в ходе самостоятельной подготовки обучающихся к разным типам занятий;

3. Проверка знания и навыков владения основным терминологическим аппаратом;

4. Проверка умения студентов анализировать и оценивать процессы и ситуации в культуре и в своей профессиональной деятельности, давать адекватную теоретическую и методологическую оценку их характеру;

5. Проверка способностей к публичной коммуникации, к устному представлению результатов самостоятельной работы;

6. Проверка навыков ведения учебной дискуссии и подготовки мультимедийных презентаций, сопровождающих выступления на семинарских занятиях.

5.4.2. Виды текущего, промежуточного и итогового контроля результативности изучения дисциплины

Текущий контроль включает:

– проверку качества подготовки и представления на практических занятиях выступлений, проектов по предлагаемым темам;

– проверку качества подготовленной мультимедийной презентации, иллюстрирующей ответ или выступление по теме;

Промежуточный контроль включает:

– проверку подготовки письменных ответов по вопросам проблемно-дискуссионного характера;

– защиту реферата;

– собеседование по вопросам к зачету.

Итоговый контроль включает:

– проверку подготовки контрольных вопросов к экзамену

5.4.3. Формы контроля результативности изучения дисциплины

Устное сообщение (выступление) – одна из важных форм учебной работы обучающихся, позволяющая оценить и проконтролировать уровень освоения материала, логику понимания и изложения темы, способность к самостоятельной аналитической работе, к критическому суждению. Выступление может быть двух видов: специально подготовленное и спонтанное.

Требования к устному сообщению (выступлению) следующие:

– четкое определение темы выступления и вывод, к которому надо подвести слушателей.

– доступность изложения.

– краткость и предельная ясность.

– единство формы (стиля и содержания).

– эмоциональность и выразительность.

Доклад на практическом занятии – важная форма учебной работы обучающихся. Именно в ходе подготовки доклада у обучающегося вырабатываются навыки самостоятельного творческого мышления, умение анализировать и систематизировать многочисленную информацию, поставляемую учебными и научными изданиями, периодикой, средствами массовой информации. Кроме того, опыт публичных выступлений позволяет обучающемуся сформировать ряд коммуникативных качеств, таких, как умение четко и доступно излагать свои мысли, делать выводы, наличие яркой и образной речи и др.

Критерии оценивания доклада следующие:

– соответствие материала теме и плану;

– раскрытие сущности проблемы;

– полнота / глубина изложения материала;

– логическое построение и связность доклада;

– самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему;

– умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них;

– умение приводить примеры из реальной практики.

Мультимедийная презентация используется для того, чтобы выступающий смог на большом экране или мониторе наглядно продемонстрировать дополнительные материалы к своему докладу (выступлению).

Общие требования к презентации:

– презентация не должна быть меньше 10 слайдов.

– первый слайд – это титульный лист, на следующем слайде должно быть содержание, где представлены основные этапы (моменты) раскрытия темы доклада (выступления). Желательно, чтобы из содержания по

гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

- дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста и фона, шрифты, анимационные эффекты и др.

- последними слайдами презентации должны быть глоссарий и список литературы.

Реферат – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения. В п. 3.2. «Темы докладов и рефератов по дисциплине» приводится перечень тем, среди которых бакалавр может выбрать тему. С защитой своего проекта бакалавр выступает на итоговом занятии по теоретическому блоку тем (время выступления – 10 мин.). При оценке реферата (собственно текста и процедуры защиты) критериями выступают:

- информационная достаточность;
- соответствие материала теме и плану;
- стиль и язык изложения (целесообразное использование терминологии, пояснение новых понятий, лаконичность, логичность, правильность применения и оформления цитат и др.);
- наличие выраженной собственной позиции;
- адекватность и количество использованных источников (7– 10);
- владение материалом.

Письменный ответ на вопрос проблемно-дискуссионного характера – задание, имеющее нестандартное (творческое) решение и позволяющее диагностировать умения интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Оценивание таких заданий особенно затруднено.

Критериями оценки ответа могут быть:

- оригинальность замысла;
- уровень новизны в решении проблемы;
- самостоятельность мышления;
- проявление эрудированности и культурной компетентности.

Собеседование по контрольным вопросам – средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному вопросу. При оценивании результатов собеседования критериями оценки результатов выступают:

- усвоения знаний (глубина, прочность, систематичность знаний);

- умений применять знания (адекватность применяемых знаний в конкретной ситуации);
- рациональность используемых подходов, умение логически выстроить ответ;
- сформированность профессионально значимых личностных качеств;
- коммуникативные навыки (умение поддерживать и активизировать беседу).

Выполнение итогового практического задания – средство контроля, предполагающее проверку навыков самостоятельного анализа и интерпретации текстов культуры

При оценивании результатов собеседования критериями оценки результатов выступают:

- умение адекватно применять теоретические знания для работы над анализом текста культуры;
- знание языков культуры, знаковой природы, художественно-образных особенностей текстов культуры;
- рациональность используемых методов анализа;
- самостоятельные навыки анализа текстов культуры сквозь призму исторического, мировоззренческого, стилистического и авторского подходов.

6. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Основная и дополнительная литература

Основная литература

1. Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество – СМИ – власть: учебник / А.Г. Киселёв. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 431 с. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719>
2. Ключев, Ю.В. Теория и практика массовой информации: учебное пособие / Ю.В. Ключев. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 100 с. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884>
3. Чумиков, А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко. – М.: Издательский дом «Дело», 2016. – 521 с. : ил. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983>

Дополнительная литература

1. Калягин, Б.А. Современные средства массовой информации США: учебное пособие / Б.А. Калягин. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 94 с. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429421>

2. Королев В.К. Феноменология культуры [Электронный ресурс]: учебник для вузов/ В.К. Королев, В.А. Кондрашов.- Ростов: ЮФУ, 2011.- 296 с.- Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241090&sr=1>

3. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – 4-е изд., перераб. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 488 с.: ил. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255819>

4. Яшин, Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций: учебное пособие / Б.Л. Яшин. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 243 с.: ил. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429211>

Для самостоятельной подготовки к занятиям по дисциплине бакалавры могут использовать ресурсную базу Дальневосточной государственной научной библиотеки (книги, журналы, газеты, издания на электронных носителях, аудио- и видеоиздания и другие виды документов; электронный и генеральный каталоги; ресурсы Президентской библиотеки имени Б.Н. Ельцина; электронные ресурсы информационно-библиографического отдела; фонд авторефератов диссертаций и литературы групповой обработки; научные и методические материалы библиотеки и др.).

6.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

В соответствии с лицензионными нормативами обеспечения библиотечно-информационными ресурсами библиотека организует индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, к учебным материалам Электронно-библиотечных систем (ЭБС):

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». Издательство: ООО «НексМедиа». Принадлежность сторонняя. www.biblioclub.ru. Количество ключей (пользователей): 100% on-line. Характеристики библиотечного фонда, доступ к которому предоставляется договором: доступ к базовой части ЭБС.

2. ЭБС «Издательство Планета музыки». Электронно-библиотечная система ООО «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ». Принадлежность сторонняя. www.e.lanbook.com. Количество ключей (пользователей): 100% on-line. Характеристики библиотечного фонда, доступ к которому предоставляется договором: доступ к коллекциям: «Музыка и театр», «Балет. Танец. Хореография».

3. БД Электронная Система «Культура». База Данных Электронная Система «Культура». Принадлежность сторонняя. <http://www.e-mcfr.ru>.

4. Web ИРБИС Хабаровский государственный институт искусств и культуры (электронный каталог). Международная ассоциация пользователей и разработчиков электронных библиотек и новых информационных технологий (ассоциация ЭБНИТ). Принадлежность сторонняя. <http://irbis.hgiik.ru>.

5. eLIBRARY.ru – Научная электронная библиотека. ООО Научная электронная библиотека. Принадлежность сторонняя. <http://elibrary.ru/> Лицензионное соглашение № 13863 от 03.10.2013 г. – бессрочно.

6. Электронно-библиотечная система ФГБОУ ВО «ХГИК». ФГБОУ ВО «ХГИК». Принадлежность собственная. Локальный доступ. <http://carta.hgiik.ru>. Приказ по Институту № 213-об от 07.10.2013 г.

7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Электронная библиотека. ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», Министерство образования и науки РФ. Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. <http://window.edu.ru>

8. Единая коллекция Цифровых Образовательных Ресурсов. ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. <http://school-collection.edu.ru>

9. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов, ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. <http://fcior.edu.ru>

Для подготовки научных работ обучающиеся могут использовать полнотекстовую базу данных Web of Science. Режим доступа: электронный, из внутренней сети института. Официальный сайт: webofknowledge.com.

6.3. Информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Программно-информационное обеспечение учебного процесса соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется следующее программное обеспечение:

– лицензионное проприетарное программное обеспечение:

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office (в состав пакета входят: Word, Excel, PowerPoint, FrontPage, Access)

3. Adobe Creative Suite 6 Master Collection (в состав пакета входят: Photoshop CS6 Extended, Illustrator CS6, InDesign CS6, Acrobat X Pro, Dreamweaver CS6, Flash Professional CS6, Flash Builder 4.6 Premium Edition, Dreamweaver CS6, Fireworks CS6, Adobe Premiere Pro CS6, After Effects CS6, Adobe Audition CS6, SpeedGrade CS6, Prelude CS6, Encore CS6, Bridge CS6, Media Encoder CS6);

– свободно распространяемое программное обеспечение:

1. набор офисных программ Libre Office

2. аудиопроигрыватель AIMP
3. видеопроигрыватель Windows Media Classic
4. интернет-браузер Chrome.

Для самостоятельной подготовки студентов к занятиям по дисциплине требуется обращение к программному обеспечению Microsoft Windows, Microsoft Office, в том числе для подготовки мультимедийных презентаций по темам семинаров в программе PowerPoint. Для создания конечных не редактируемых версий документа рекомендуется использовать Acrobat X Pro, входящий в состав пакета Adobe Creative Suite 6 Master Collection.

При изучении дисциплины обучающиеся имеют возможность использования информационно-справочной системы «Культура», также реферативных и библиометрических баз данных рецензируемой литературы Web of Science и Scopus, в соответствии с заключенными договорами.

На всех компьютерах в институте установлено лицензионное антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security. Необходимым условием информационной безопасности института является обязательная проверка на наличие вирусов внешних носителей перед их использованием с помощью Kaspersky Endpoint Security.

Перечисленное программное обеспечение обновляется по мере выхода новых версий программ в рамках соответствующих лицензий и соглашений.

6.4. Материально-техническая база

Материально-техническая база реализуемой дисциплины соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в учебном процессе активно используются следующие специальные помещения: учебные аудитории 207, 211, 215б, 313, оборудованные мультимедийными презентационными комплексами в составе проектора, активной акустической системы, персонального компьютера; телевизорами, столами и стульями, столами письменными для преподавателей, аудиторными настенными досками.

Для самостоятельной работы студентов предназначены:

- ауд. 209 (читальный зал), оборудованный персональными компьютерами, обеспечивающими доступ к электронной информационно-образовательной среде организации, к сети «Интернет», к электронным библиотечным системам; столами, стульями, книжными шкафами, книжным и документальным фондом, телевизором.

При необходимости в учебном процессе используются комплекты переносных демонстрационных комплексов (ноутбук, проектор, экран).

Все компьютеры Института объединены в локальную сеть, с каждого из них возможен выход в глобальную сеть Интернет. Институт использует выделенный канал со скоростью 10 Мб/с. Для студентов имеется

возможность выхода в сеть Интернет с мобильных устройств посредством сети WiFi, которая установлена в читальном зале Института.

Чтение лекций по дисциплине «Средства массовой информации в системе культуры» сопровождается учебно-наглядными пособиями: слайд-презентациями и видео материалами.

7. Воспитательная работа

Воспитание обучающихся при освоении ими основных профессиональных образовательных программ (далее – ОПОП) осуществляется на основе рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы, включаемых в ОПОП.

Цель воспитательной работы – создание условий для активной жизнедеятельности обучающихся, их гражданского самоопределения, профессионального становления и индивидуально-личностной самореализации в созидательной деятельности для удовлетворения потребностей в нравственном, культурном, интеллектуальном, социальном и профессиональном развитии.

Задачи воспитательной работы: развитие мировоззрения и актуализация системы базовых ценностей личности, приобщение к общечеловеческим нормам морали, национальным устоям и академическим традициям; воспитание уважения к закону, нормам коллективной жизни, развитие гражданской и социальной ответственности; воспитание положительного отношения к труду, формирование культуры и этики профессионального общения; формирование личностных качеств, необходимых для эффективной профессиональной деятельности; воспитание внутренней потребности личности в здоровом образе жизни, ответственного отношения к природной и социокультурной среде; повышение уровня культуры безопасного поведения.

Особенности и традиции Института обуславливают следующие основные направления воспитательной работы: патриотическое, гражданское, духовно-нравственное, культурно-творческое, научно-образовательное, профессионально-трудовое, волонтерское (добровольческое), экологическое, физическое. Виды деятельности обучающихся в воспитательной системе образовательной организации: проектная деятельность (как коллективное творческое дело), волонтерская деятельность, учебно-исследовательская и научно-исследовательская деятельность, досуговая, творческая и социально-культурная деятельность и др.

Воспитательный потенциал учебно-исследовательской и научно-исследовательской деятельности реализуется в процессе развития исследовательской компетентности обучающихся на протяжении всего срока их обучения в Институте. Результаты студенческой научно-исследовательской деятельности проходят апробацию в рамках научных и

научно-практических конференций различного уровня, в т.ч. конференций, организованных Институтом.

Социально-культурная и творческая деятельность обучающихся реализуется при организации и проведении значимых событий и мероприятий гражданско-патриотической, научно-исследовательской, социокультурной и физкультурно-спортивной направленности. Виды творческой деятельности обучающихся в Институте: музыкальное творчество, хореографическое творчество, театральное творчество, научное творчество, медиапроекты и др.

Волонтерская деятельность обучающихся – широкий круг направлений созидательной деятельности, включающий различные формы гражданского участия. По инициативе обучающихся и при их активном участии в Институте осуществляет свою деятельность добровольческий отряд «Мы».

Реализацию Рабочей программы воспитания помогает обеспечивать взаимодействие с различными социальными институтами, субъектами воспитания. Особое значение для воспитательного процесса имеет организация практической деятельности обучающихся с целью развития профессиональных компетенций в условиях Института и профильных учреждений и организаций.

8. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

В процессе изучения дисциплины и осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья применяются адаптированные формы обучения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей.

Обучение лиц с ограниченными возможностями и инвалидов организуется как совместно с другими обучающимися на лекционных и практических занятиях, так и по индивидуальному учебному плану. Во время приемной кампании, а также во время сдачи различных форм промежуточной и государственной итоговой аттестации в Институте созданы необходимые условия для оказания технической помощи инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (при необходимости может быть допущено присутствие в аудитории ассистентов, сопровождающих лиц, собаки-поводыря и т.п.).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, при необходимости, могут быть обеспечены электронными и печатными образовательными ресурсами с учетом их индивидуальных потребностей. Для реализации доступной среды при необходимости в учебном процессе могут быть задействованы документ-камера для увеличения текстовых фрагментов и изображений (для лиц с нарушениями зрения) и переносная индукционная система для

слабослышащих «Исток» А2 со встроенным плеером – звуковым информатором.

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» предоставляет обучающимся с ОВЗ (по зрению) ряд возможностей для обеспечения эффективности процесса обучения. При чтении масштаб страницы сайта можно увеличить с помощью специального значка на главной странице. Можно использовать полноэкранный режим отображения книги или включить озвучивание непосредственно с сайта при помощи программ экранного доступа (например, Jaws, «Balabolka»). Скачиваемые фрагменты в формате pdf, имеющие высокое качество, могут использоваться тифлопрограммами для голосового озвучивания текстов, могут быть загружены в тифлоплееры, а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.

Сервис ЭБС «Цитатник» помогает пользователю извлечь цитату и автоматически формирует корректную библиографическую ссылку, что особенно актуально для лиц с ограниченными возможностями и облегчает процесс написания курсовой или выпускной квалификационной работы.

Для подготовки к занятиям обучающиеся с ОВЗ (по зрению) могут использовать мобильное приложение ЭБС «Лань», предназначенное для озвучивания текста книги. Режим доступа: электронный, приложение скачивается обучающимся самостоятельно с сайта e.lanbook.ru, необходимое условие: быть зарегистрированным в ЭБС «Лань». Используется свободно распространяемая программа экранного доступа Nvda.

Подробнее об организации доступной среды см. соответствующий раздел основной профессиональной образовательной программы.